

Diego Ricardo Jourdan Pereira (Montevideo, 1977), es un dibujante profesional uruguayo, radicado en Chile desde 1991.

Su desempeño como ilustrador, humorista gráfico, entintador, restaurador, y xilógrafo abarca dos décadas y cuatro continentes; colaborando directamente para importantes medios editoriales de Alemania, Argentina, Chile, EE.UU., Holanda, India, México, y el Reino Unido.

Ha trabajado en cómics de fama mundial (Tortugas Ninja, Transformers, Toy Story, Uncle Scrooge, Donald Duck, The Beano, MAD, WWE, Regular Show, Tinkle, y LEGO), y libros para colorear para adultos (Grumpy Cat), al tiempo que expone sus grabados de técnica xilográfica tradicional en Japón y Bélgica.

Por su contribución al arte y la cultura uruguaya, en 2014 recibió el Premio Morosoli de Plata en la categoría de Artes Plásticas (Humor Gráfico, Caricaturas, e Historietas).

"Este libro es una valiosa herramienta para disipar el montón de humo que suele brotar entre las orejas de aquellos que trabajamos en esto. ¡Ojalá lo hubiese leído veinte años antes!

Me parece fundamental la manera en la que defiende un arquetipo de laburante que todo el mundo trata de enterrar ahora bajo la ficción del "sea usted su propio jefe" de las redes sociales, y demás tonterías por el estilo.

Debería venir con una bala de plata de regalo".

Lucas Nine.
Autor de "Té de Nuez" (Editorial Común, 2015).


ISBN 978-0-692-83517-3
90000>
9 780692 835173



DIEGO JOURDAN PEREIRA

¡GANA DINERO ILUSTRANDO!

Diego Jourdan Pereira

¡GANA DINERO ILUSTRANDO!

(Lo que no te gusta)



"Me hubiera gustado leer este libro en mi época de trabajo más arduo. Habría sido reconfortante no sentirme la única ilustradora con esta percepción, porque sus cuestionamientos son parte fundamental de este ejercicio de amor a la vocación, en medio de la jungla laboral, que termina constituyendo una forma de vida".

María Pilar Ortloff Ruiz-Clavijo.

"Diego Jourdan devela el "lado B" del trabajo del dibujante, derriba mitos ancestrales y echa luz sobre terrenos poco iluminados. Desde su larga experiencia, sin melodramas y con buenas dosis de ironía, nos pone en el bolsillo algunos secretos para no perdernos entre laberintos y espejismos".

Javier Hildebrandt.

"Este es un libro que no hace concesiones. Jourdan desmenuza su propia experiencia al interior de una profesión que muchos principiantes pintan como un camino de rosas, en un relato despojado de fruslerías, y sin crear falsas expectativas".

William Gezzio.

"Amo la forma artística y la habilidad de Diego para capturar la personalidad de las personas que retrata. ¡Especialmente los ojos! Y estoy sumamente honrado que me haya elegido como uno de sus sujetos".

Louis Herthum.



(Lo que no te gusta)



ISBN: 978-0-692-83517-3

Primera Edición. Abril de 2017. Santiago de Chile. República de Chile.

Editorial Acción Cómics E.I.R.L.
Editor Responsable: Claudio Álvarez.
www.accioncomics.cl
info@accioncomics.com

Impreso en Gráfica Metropolitana, Santiago de Chile.

Ilustraciones de portada y citas por Diego Jourdan.
Fotografía de solapa posterior por Esteban Folatre.
Diseño y diagramación por Gabriel Aiquel.



Para mi padre.




ÍNDICE

La primera escena del filme “Pelotón”, de Oliver Stone, muestra el momento en que una nueva camada de soldados aterriza en Vietnam. Apenas descienden del avión se enfrentan a la realidad de la guerra, con su procesión de cadáveres envueltos en bolsas y la mugrienta pandilla de veteranos, que contrastan con el impecable uniforme de los bisoños. Una elocuente metáfora de lo que en tu caso será el contacto con el mercado, el *«mundo real»*. Y el libro de Diego es el arma con que vas a defenderte.

En 20 años como ilustrador profesional he trabajado para clientes locales y extranjeros, de todo el espectro imaginable (prensa, televisión, editorial, web; desde grandes empresas hasta particulares) y he visto de todo. Pero lo que no he visto -o no tanto como quisiera- es una obra como la que tienes entre manos. Una que muchos veteranos desearíamos escribir, o haber hojeado cuando partimos.

Se suele culpar al mercado de que pocos ilustradores consigan vivir de su actividad. Lo cierto es que muchas veces los propios artistas son artífices (en forma consciente o involuntaria) de tal suerte, pues han disociado los conceptos *arte y negocio*.

Este libro expone la situación y revela cuán determinante es la disposición de servicio para el éxito o fracaso de un profesional de la ilustración. Para vivir de tus dibujos debes renunciar a ciertas ideas fijas, sin que ello implique transar principios. Más bien se trata de compatibilizar lo *deseable* con lo *posible*.

En un estilo llano, directo, a veces lapidario pero siempre motivado por un deseo genuino de ayudar, el autor analiza las razones que impiden vivir de lo que hacemos. Una postura con la que me siento muy identificado y que sintoniza con la línea editorial del proyecto que dirijo. Si tuviera que inscribirlo en una categoría, diría que Jourdan -como yo- pertenece a una corriente *utilitarista* de las artes gráficas, donde el énfasis de la producción creativa está puesto en el aspecto comercial y de servicio (o sea del trabajo *por encargo*, cuyo horizonte sin embargo no es lucrar sino procurarse medios de subsistencia), en oposición a cierta corriente *autoral*, de expresión subjetiva y orientada a metas más humanistas o espirituales (educar, promover la cultura o satisfacer intereses creativos personales). Lo importante es no tomar partido a priori por una u otra, sino sopesarlas e integrarlas, para acabar de una buena vez con el divorcio antedicho. Se puede tener reservas sobre esta escuela de pensamiento, pero es casi imposible ignorarla para quien aspire a vivir de su arte.

Te advierto que estás frente a un libro espinoso, que tocará fibras sensibles y te pondrá incómodo en más de un pasaje, bien por sentirte interpelado, expuesto o porque se opone abiertamente a tu sistema de valores. Pero es ahí donde empiezan el cambio y crecimiento: cuando sometes tus creencias a análisis y crítica, hasta reconocer que quizás tu *«enemigo»* no estaba tan equivocado, o que incluso el enemigo eras tú mismo.

Marcelo Pérez Dalannays




Marcelo A. Pérez Dalannays. *(1976)* Diseñador gráfico Universidad Católica de Chile. Director de *Grafiscopio.com* (fundado en 2012). Ilustrador independiente con 20 años de experiencia para clientes de EE.UU., UE y América Latina. Asesor y docente universitario, de talleres y conferencias de capacitación profesional en Santiago y regiones.

Entre su obra más destacada figura: ilustración y dirección artística para revistas Poder (Page One Media Group, EE.UU.); Gráfica editorial y prensa (Colors Magazine, Benetton, Italia; Utmaningen Conf. Empresarial Suecia; IDW Publishing, EE.UU.; diarios El Mercurio y Publimetro; revistas Qué Pasa, Paula, Rolling Stone Chile y Cosmopolitan).



"No se puede vivir del amor".
Andrés Calamaro.

Bolivia. Corre el año 2003 y ruge la llamada "Guerra del Gas". El malestar social se palpa en el aire y focos de violentas protestas azotan la capital, La Paz.

Dos vehículos suburbanos negros, con vidrios polarizados del mismo color, surcan el camino de tierra que rodea la cuenca del Lago Titicaca camino al pueblo de Copacabana.

Las camionetas se distancian. La primera es sorpresivamente emboscada por una turba de quinientas personas enfurecidas, portando palos, piedras, herramientas de labranza, antorchas... y cartuchos de dinamita.

Bajo la consigna de "¡Mueran los gringos!", la multitud rodea la camioneta y la sacude con fuerza, impidiendo su avance o retroceso.

"¡Gas para Bolivia! ¡Que ardan!", vocifera una "chola" de largas trenzas mientras tamborea el capot con la mano izquierda, y agita una antorcha con la diestra. Detrás de ella, un grupo más

pequeño, haciendo gala de gran habilidad manual y varias cuerdas, rápidamente comienza a atar nudos corredizos. Un árbol, negro y deshojado, espera a la vuelta del camino.

En los asientos de pasajeros del *SUV* negro, los artistas invitados a un festival local (un famoso ilustrador argentino, un humorista gráfico mexicano de renombre, y un joven dibujante uruguayo-chileno) se agarran de lo que pueden, para no caer de bruces al suelo.

Saben que van a *morir*.

El argentino y el mexicano, ambos de gran trayectoria en sus respectivos campos, están asustados. El joven uruguayo-chileno también, pero en su cabeza no deja de pensar qué lindo hubiera sido dibujar tal o cual cómic… o caricaturas de prensa… o libros infantiles… o cubiertas de discos… *¡Tanto que dibujar, y tan poco tiempo de vida!*

Pero no todo está perdido.

El chofer del vehículo se anima a bajar el vidrio de su ventana… “Miren, ¡si son turistas nomás!”, explica con esa forma tan bonita y articulada de hablar que tienen en el altiplano.

La multitud duda unos segundos, pero es suficiente para que hábilmente dé marcha atrás, y aprovechando un espacio abierto pegue una media vuelta y corra en dirección opuesta.

¡Estaban salvados!

Imagino que a esta altura ya estarán sospechando que el "joven dibujante uruguayo-chileno" no es otro que quien escribe... y estarían en lo cierto.

Más viejo y con una carrera propia de más de dos décadas, revivo mentalmente mi pequeña "aventura boliviana" (país que, por lo demás, volví a visitar en otras dos ocasiones), en mi estudio de Santiago... *¡Tanto que dibujar, y tan poco tiempo!*

Aquellos de ustedes que hayan leído mi anterior libro, "Al Servicio del Cómic Internacional" (Acción Cómics, 2016), saben que este aborda las prestaciones técnicas intermedias (como el pasado a tinta, la restauración, y otros), como puerta de entrada para jóvenes talentos a esa industria específica.

Pero el cómic es solo *una* industria en el gran campo de las artes gráficas y cada año más dibujantes se suman a otra gran área: la *Ilustración*.

La mayoría de estos muchachos y muchachas, generalmente egresados de la educación terciaria técnica o universitaria, no quieren saber nada de empleos "menores".

Tampoco desean dibujar personajes de otros, sino encontrar y expresar su propia voz.

Algunos incluso, con bastante práctica y esfuerzo, llegan a estilos muy completos y virtuosos, con los que logran ilustrar un "libro álbum" ocasional, la paleta publicitaria de algún producto, o la "tote

bag" de una cafetería de moda... Incluso pueden haber resultado "ganadores" de esos clásicos concursos que las marcas hacen para obtener ilustraciones gratis.

Hasta ahí todo muy lindo. La vida sonríe, y sus amigos en redes sociales los felicitan.

Sin embargo, aún viven con sus padres, porque lo que les pagaron (si tuvieron suerte) por tal o cual ilustración bonita, personal, y llamativa no alcanza para independizarse. Las felicitaciones tampoco.

Y el trabajo es tan esporádico que no pueden contar ni siquiera con el dinero necesario para cargar su tarjeta bip o darse una vuelta por el supermercado; a menos que busquen trabajos ligados al área de la enseñanza académica, o informal (talleres, etc.), para suplementar esos ingresos.

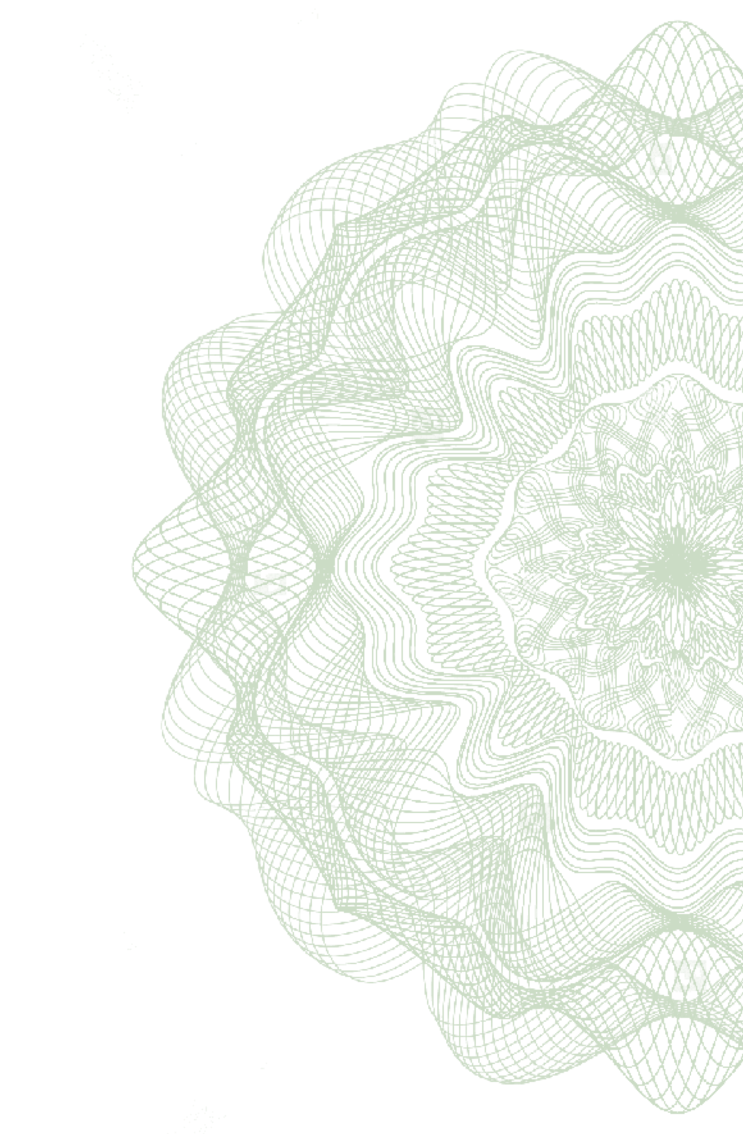
Pero existe otra manera para lograr que el dibujo *funcione*, generando ingresos que sostengan la vida adulta e independiente de cualquier persona que decida intentarlo.

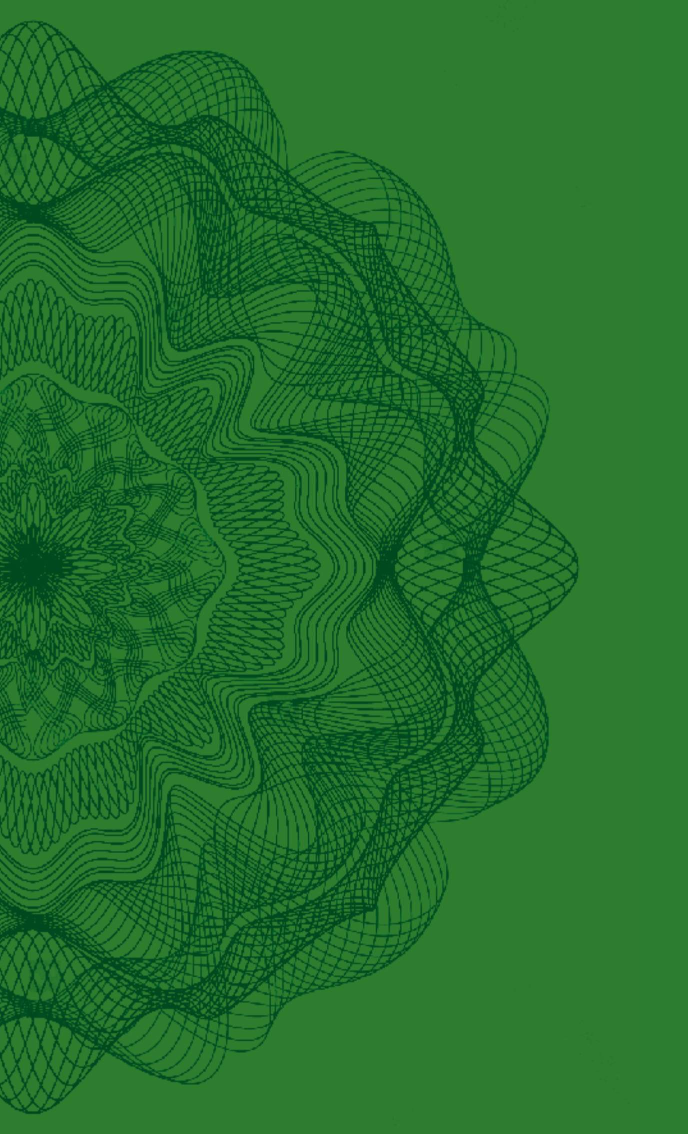
¿Y si probamos ilustrar aquello que nos es *ajeno*, que *no* nos gusta o pertenece a *otros* ámbitos, lejos de la fama y el reconocimiento?

Se necesita tener los huevos bien puestos (u ovarios, ilustrar no tiene género) para transitar caminos inusuales, sinuosos, y polvorientos; pero puede que al final de la ruta encontremos lo que buscamos.

¿Estás listo para arriesgar?

¡Acompáñame a ganar dinero ilustrando... *lo que no te gusta!*

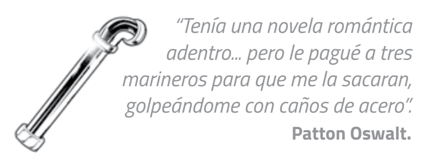




1. SUEÑO



1. IDEALES



"Tenía una novela romántica adentro... pero le pagué a tres marineros para que me la sacaran, golpeándome con caños de acero".
Patton Oswalt.

Con el paso de los años, el muchacho o muchacha idealista da paso al adulto racional, pero es una metamorfosis difícil.

Este o esta joven idealista pasa de dibujar en el cuarto de su casa, a comprar libros sobre "Cómo Dibujar" así o asá. Se inscribe en talleres o cursos independientes, y luego va a la Universidad o Escuela Técnica, esperando que éstas orienten hacia el trabajo.

Seguramente entre amigos con quienes comparte aficiones similares, sueña con ascender al Olimpo de artistas, ilustradores y dibujantes que le gustan.

Los cursos y las instituciones académicas llenan su cabeza con fantasías de creatividad, auto-expresión, fama, fortuna y reconocimiento.

Con diplomas y bocetos bajo el brazo, el joven sale al mundo laboral, y consigue trabajo de inmediato... en McDonald's.

El joven idealista lo sigue intentando. En sus ratos libres dibuja para fanzines, propios o ajenos, se asocia con guionistas o escritores para ilustrar sus historias, pero agencias y editoriales nacionales

le siguen cerrando la puerta en la nariz, y la carpeta de "Recibidos" de su e-mail está llena de rechazos de editoriales extranjeras.

Incluso ha postulado a trabajos que guionistas amateurs extranjeros, con sus propios recursos –existentes o no- ofrecen a los artistas que empiezan. Su pobre inglés no contribuye a que lo elijan.

Con los mismos nervios del actor joven en las colas de los "casting", asiste a revisiones de portafolio en convenciones y participa en concursos donde espera ser el próximo "elegido", e imagina su propio "viaje del héroe" en el mundo editorial.

Asiste a los lanzamientos literarios, hoy tan en boga, con la ilusión de formar parte del "ambiente". Ahí se hace a la idea de que le falta mucho para lograr el nivel de quienes ya trabajan, y se decepciona con las pocas oportunidades que el limitado ambiente local ofrece. Para él, quienes dibujan son siempre "los mismos" y todos parecen ser amigos entre ellos. Todos, menos él.

Pero la oportunidad nunca llega, y la búsqueda profesional se empieza a parecer rápidamente a una carrera de galgos... ¡todos babeando detrás del mismo conejo de plástico!

El romance artístico se acaba.

Supongamos que el joven se enamora de una chica, y la llegada del primer hijo pone el arte en un hiato eterno, mientras se dedica a atender la caja del negocio de muebles familiar, servir tragos en un bar, etc.

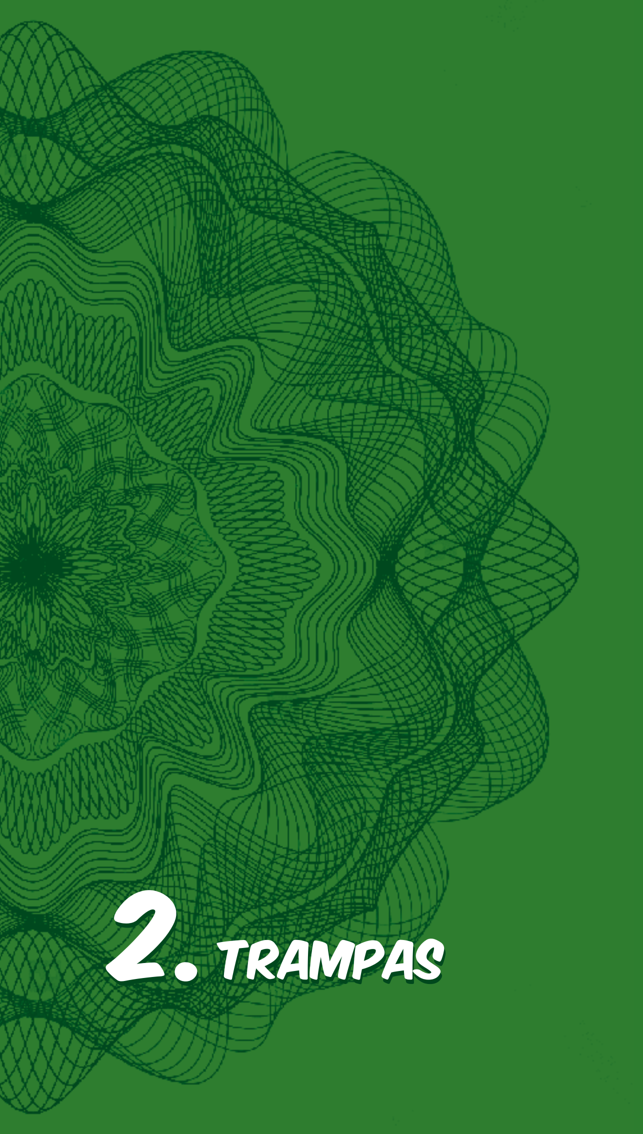
Lo importante es que no tiene por qué ser así. Lo que nuestro joven necesita son solo un par de golpes con "caños de acero" en su soñadora cabeza.

Personalmente, tuve la fortuna de conocer a tres profesionales del dibujo, activos en el rubro, que me hicieron el grandísimo favor de espabilarme a las realidades del oficio.

Esos "tres marineros" fueron Eduardo Barreto (1954-2011), Vicar (1934-2011), y sobre todo Mariano Ramos, que no escatimó el rigor necesario para sacarme esa costra de inmadurez que recubre a todo amateur.

Mariano entendía que la única forma de permanecer en una profesión a lo largo del tiempo es convertirla en un negocio, lo que significa no solo ganar dinero, sino incorporar una serie de hábitos y valores que destacan al profesional maduro.

Pero esa fase de conversión no está libre de pasos en falso y espejismos, que es bueno identificar desde un principio...



2. TRAMPAS

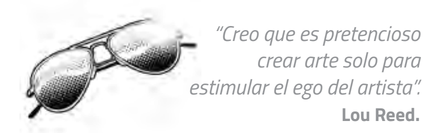


"El hombre es la única alimaña que tiende la trampa, pone la carnada... y luego la pisa".
John Steinbeck.

Cuando un joven profesional sale a esa batalla permanente que llamamos trabajo, en el camino debe enfrentar dos clases de trampas: internas y externas.

Si no se cuida, ambas se lo pueden tragar antes, durante, o después de cada batalla; por eso es importante estar preparado para identificarlas.

2.1 Ego



"Creo que es pretencioso crear arte solo para estimular el ego del artista".
Lou Reed.

En la primera clase de trampa, la interna, los espejismos que brotan de nuestro interior, de nuestra propia vanidad, son tal vez los más difíciles de diagnosticar.

Incluso la persona más equilibrada del planeta puede ser víctima de su propia arrogancia; y para aquellos con ambición, talento y potencial es parte del territorio.

En sí mismo, el ego es tan impersonal como un virus y toma muchas formas, especialmente cuando hablamos de ilustradores. He aquí algunas de las más comunes:

- **Estilo:**

En mi experiencia, dejando fuera al amateur, hay dos clases de ilustradores profesionales.

Están aquellos cuyas necesidades básicas se encuentran cubiertas (llámese por padres, padrinos, marido, esposa, o amante acaudalados). Entonces descubren un estilo personal y lo desarrollan,

ya que el dinero ajeno paga por ese tiempo, y los protege de la adversidad hasta que logran venderlo. Muchos son auténticamente talentosos y alcanzan cuotas de popularidad importantes; pero si su estilo deja de estar en boga (o sus acaudalados amantes se aburren de ellos), carecen de las herramientas para hacer frente a los vientos desfavorables del cambio.

También están aquellos que, sin contar con un "colchón" familiar, se ven en la obligación de salir a trabajar. Normalmente toman un trabajo "de día", que paga sus cuentas, mientras dedican parte de sus noches a ilustrar. En general, dichos ilustradores terminan desarrollando distintos estilos para distintos encargos, o bien adaptan su dibujo al estilo requerido por cada cliente.

Está claro que, sin la necesidad económica como motor principal de la motivación artística, el ilustrador puede perderse rápidamente entre el narcisismo y los sofismos filosóficos, al sobre-identificarse con su estilo; olvidando que un ilustrador solo lo es si interpreta las palabras o la visión de otro. Se es ilustrador únicamente en relación al cumplimiento de dicha función, y no de la auto-expresión.

Mi consejo es no encasillarse y mantener la capacidad de aprendizaje (gran antídoto al ego), buscando alternativas y nuevas vetas profesionales. No importa cuánto tiempo lleves dibujando: no has terminado de aprender.

- **Competitividad:**

Todos somos competitivos en mayor o menor grado, pero… ¿es necesario que la sana competencia, envenenada por el ego, se vuelva un “perro come perro”?

Recuerdo la conversación que tuve con un colega hace pocos años atrás. El hombre estaba furioso, porque había puesto todo de sí en unas muestras para presentar en esos concursos ridículos que son las “revisiones de portafolios” en eventos de cómics.

Pero resulta que el “elegido” de turno no había sido él, sino otro, y mi amigo estaba enojadísimo, pues en su cabeza este otro dibujante la habría “robado el foco”.

Tuve que reprenderle un poco su actitud. La única vez que vale la pena mirar el trabajo de otros es para *mejorar el propio.*

> **Me permito remarcar este punto: el triunfo y el desastre no existen; como Rudyard Kipling (1865-1936) expresó brillantemente en su poema “Si”, son *el mismo par de impostores.***

- **Miedo:**

El miedo está íntimamente ligado al auto-sabotaje. Es el enemigo interno que Steven Pressfield (1943-) denomina "Resistencia", en su gran libro "The War of Art" (Black Irish Entertainment, 2002).

Es eso que nos impide sentarnos a trabajar. El nudo en el estómago cada vez que pensamos arriesgar el inicio de una nueva carrera, un nuevo empleo, una obra de caridad.

En su forma más insidiosa, se disfraza de la voz de nuestra mente racional:

"Pero, ¿cómo vas a dejar tu trabajo en la notaría, para dedicarte a dibujar monitos? ¿Qué va a decir tu mujer? ¿Qué va a ser de tus hijos? ¿Qué pensarán tus padres?".

O bien:

"Tu solo no vas a poder. ¿No sería bueno inscribirte en un taller? ¿Unirte a un colectivo artístico?".

Lo único bueno del miedo es que, como cualquier obstáculo, encierra su propia respuesta, ya que podemos usarlo como brújula para discernir cuán importante es seguir el llamado de la vocación.

2.2 Tribu



"No me gustan los chupamedias y agita-banderas. Me gusta la gente que esquiva el sistema. Individualistas. Evita los partidos a toda costa. Mantén tu círculo pequeño. Nunca te unas a un grupo que tenga nombre. Si te dicen 'Somos los tal y tal', ¡huye! Si de alguna manera es inevitable unirte a un gremio o asociación comercial, úneteles, pero no participes o será tu muerte. Y si te critican que no juegas en equipo, felicítalos por darse cuenta".

George Carlin.

El ser humano es gregario, lo que significa que necesitamos la interacción humana para sobrevivir y desarrollarnos. ¿Pero qué pasa cuando dicha interacción se atraviesa entre nosotros y la profesión?

La segunda clase de trampa son las emboscadas generadas por la sociedad a nuestro alrededor. No son tan difíciles de percibir si mantenemos la cabeza fría, pero pueden ser enormemente seductoras y apremiantes.

Debemos invocar gran coraje para plantarle cara a otros, sobre todo a quienes queremos y "rayar la cancha" de nuestra propia integridad.

- **Afectos:**

La familia, los amigos, y las relaciones sentimentales son importantes en la vida de cualquier persona. Pero comúnmente pasa que, en el minuto en que uno comienza a seguir su vocación, los afectos comienzan a comportarse extrañamente... a veces incluso de manera hostil.

Consciente o inconscientemente, pueden verse reflejados en nuestro compromiso con el oficio. Tal vez les recuerda que no pudieron desarrollar la actividad deseada, sea por circunstancias o falta de persistencia. Tal vez incluso acusan una supuesta "falta de atención" a sus necesidades (muy común en las parejas), y celan el tiempo que dedicamos a nuestro trabajo. Y este es un trabajo que requiere mucho tiempo.

Ojalá hubiera una receta simple para enfrentar el tema.

> **Todos los humanos tenemos expectativas e inseguridades propias, pero siempre debemos recordar que nadie tiene la obligación de cargar con las expectativas e inseguridades *del otro*.**

Ahora, si tienes la suerte de contar con una pareja que te apoya en lo que haces, has sacado el boleto dorado en el chocolate Wonka. Sí, el mundo del cómic tiene ejemplos de parejas en que ambos

trabajan haciendo historietas (a veces como equipo creativo). También se dan casos en que uno se transforma en el manager del otro...y ya me imagino quien se lleva todas las úlceras gástricas, mientras el otro dibuja cómodamente.

Elegir bien es tan importante como difícil, pero este libro no puede ayudarte en eso.

- **Distracciones:**

Es tentador contestar el mensaje de un conocido cuando el sonido de una nueva notificación nos llama.

Es aún más seductor pasar varias horas al día opinando y mostrándonos en redes sociales, embebidos en la aprobación o desaprobación de nuestros contactos o "fans".

Cantidad de visitas y comentarios zalameros pasan rápidamente a ser la medida de nuestra valía profesional, mientras nuestro propio lapso de atención y creatividad se desgasta frente a la pantalla del aparato de turno, en lugar de hacerlo sobre el trabajo.

Quisiera poder decir que jamás he caído en eso. Que mi voluntad y auto-control férreo hicieron posible un equilibrio entre el trabajo y la necesidad de "desfilar" en internet.

La verdad es que no tuve otra opción que la "nuclear": borrar todos, y cada uno de mis perfiles de redes sociales.

No les voy a decir que hacer con sus propias adicciones, pero doy fe que jamás me sentí tan liviano como cuando borré mi Facebook para siempre, y no miré atrás.

- **Colegas:**

Básicamente, por cada colega que nos impulsa a mejorar (sea por competencia sana, o bien por su franco apoyo), tenemos otro que nos arrastra para abajo, directa o indirectamente.

Raffaello Sanzio Da Urbino (1483-1520), conocido simplemente como "Rafael", no buscaba apoyar la carrera de Michelangelo di Lodovico Buonarroti Simoni (1475-1564), alias Miguel Ángel, cuando lo recomendó al Papa Julio II (1443-1513) para pintar el techo de la Capilla Sixtina. Miguel Ángel era *escultor*, y Rafael esperaba que fracasara para hacerlo caer en desgracia.

Rafael no sospechaba que Miguel Ángel había sido aprendiz bajo el gran pintor de frescos florentino, Domenico Ghirlandaio (1449-1494). Adicionalmente, Miguel Ángel *jamás rechazaba un trabajo pago*.

Lo que pasó a continuación, está consignado por la Historia. La lección para nosotros es que, *en todos lados y en toda época se cuecen habas.*

Pero Italia no solo nos ha regalado la civilización occidental e inmortales obras de arte, sino esas “simpáticas” organizaciones delictivas conocidas como *mafias*. Aprendamos el *mantra de Vito Corleone*, uno de los grandes mafiosos ítalo-americanos de la ficción:

Mantén a tus amigos cerca y a tus enemigos aún más cerca.

Hablando de mafias, mención especial merecen los grupos o asociaciones de colegas.

Sucede que el profesional del rubro de la ilustración es un “lobo solitario” por naturaleza, y trabajar de manera independiente no promueve la interacción entre pares.

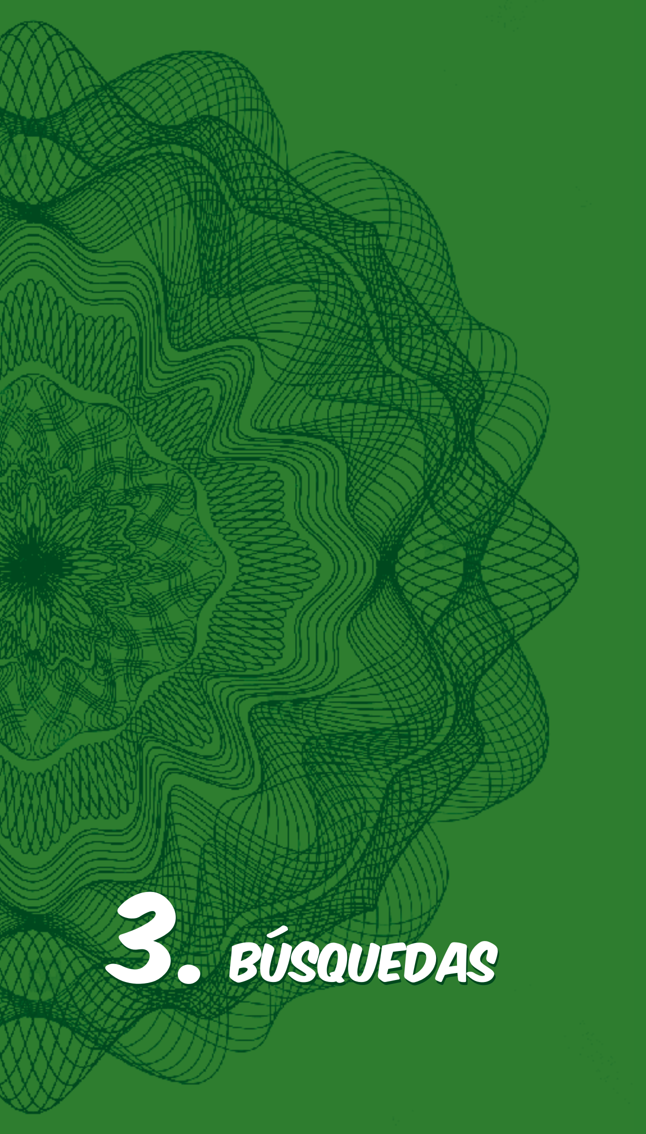
Ahora bien, la pérdida de estatus y caída en las tarifas ha propiciado que, alimentadas por el miedo, vuelvan a florecer iniciativas “gremiales”, cuya ilusión es generar capacidad de negociación colectiva, o bien la búsqueda de financiamiento estatal.

La misma baja de estatus y tarifas (y el mismo *miedo*), ha favorecido también la penetración de discursos de “emprendimiento”, extraídos de otras áreas como el diseño gráfico, la publicidad y el *management*. Este enfoque propone un mundo idílico, donde

todos somos “gerentes” (dueños, CEOs, etc.) de nuestro propio micro-universo, y nadie trabaja para nadie - ¡sí, estoy hablando de ti, *LinkedIn*!

Les tengo una mala noticia: no hay “negociación”. La misma palabra implica un pie de igualdad, que no existe jamás entre el *freelance* y la empresa que lo contrata.

Por supuesto, jugar bajo las reglas de otro puede ser bastante lucrativo si lo sabemos llevar, pero nadie llega a eso de forma instantánea.



3. BÚSQUEDAS



"Ese día, sin motivo aparente, decidí salir a trotar. Así que corrí hasta el final del camino. Y cuando llegué, corrí hasta el final del pueblo. Y cuando llegué ahí, pensé en atravesar el condado de Greenbow. Una vez que lo hice, ya que había llegado hasta allí, se me ocurrió que tal vez debería atravesar trotando el gran estado de Alabama. Sin motivo aparente seguí corriendo y llegué al océano. Y cuando estaba ahí, di media vuelta y seguí adelante. Cuando llegué a otro océano, me di cuenta que, si había llegado tan lejos, bien podía darme la vuelta, y seguir trotando".

Forrest Gump.

En mi primer libro, "Al Servicio del Cómic Internacional", narro mis inicios profesionales en Chile durante 1996, como asistente de otros dibujantes e ilustradores; prestando servicios técnicos, como entintado y color. Servicios que, por otra parte, aún en el presente continúo realizando a nivel internacional, en historietas como "Slylock Fox" (King Features, EE.UU.) y "Donald Duck" (Sanoma NL, Holanda).

Pues bien, saltamos a 2008, cuando previo a un decepcionante paso por varias editoriales de cómics norteamericanas, con sus correspondientes franquicias de personajes de acción y aventura, toqué fondo.

Absolutamente insatisfecho con el rumbo de mi carrera, ese mediodía en la cuenca del Titicaca vuelve a aparecerse ante mis ojos, olor a kerosén de antorcha y todo.

¿Y si busco la forma de reinventarme? ¿Qué otras áreas inexploradas tengo al alcance de la mano? ¡El humor gráfico, naturalmente!

Ustedes saben, un solo cuadro y un "remate" al fondo para complementar (los hay incluso completamente "mudos", sin esa línea de diálogo).

Claro que no tenía la menor idea de cómo ni dónde empezar... ¡los dibujantes de cómics somos bastante poco ocurrentes a la hora de escapar de la esclavitud de la secuencia!

Pero, ¿y *escribir* esos chistes? Afortunadamente, a través de un amigo en común, contacté con Tom Weaver.

Tom, un experimentado "gag writer" con años de experiencia y contactos en casi todas las revistas de la época, estaba buscando asociarse con un dibujante calificado, e inmediatamente nos pusimos a trabajar.

La forma en que funciona el negocio de los "cartoons" en Estados Unidos es básicamente que el "cartoonist" envía una o dos docenas de chistes frescos a cada publicación. Estas eligen aquellos que desean publicar. Las tarifas que se pagan por esos cuadritos elegidos normalmente igualan, y hasta triplican el precio que se paga *por una página de cómic completa.*



"Houston, what's going on down there?"

Entonces, las posibilidades eran seductoras: ser publicados en revistas *serias* de distribución nacional, desarrollar un estilo *propio* y además *forrarnos*.

Buscando alejarme de las historietas norteamericanas con las que mi nombre ya estaba asociado, decidí firmar utilizando mi apellido materno. Luego descubrí en internet que, aparentemente, no soy el único “Diego Jourdan”, y simplemente lo seguí usando en conjunción con el resto para diferenciarme en los motores de búsqueda... ¡cuánta vanidad!

Armado con mi “pseudónimo”, dibujé cientos y cientos de cuadritos, que Tom diligentemente enviaba en tandas a todas las revistas, e incluso a publicaciones del cuerpo de Marines.


"Henderson here is our best tank camouflage man."

No se vendió *ni uno solo*.

Y, por supuesto, casi enseguida golpeó la gran recesión económica mundial de 2008-2009, que llevó a la quiebra a más diarios y revistas del primer mundo de lo que quiero recordar.

Tom regresó entonces a escribir gags para "Daniel El Travieso", pero yo no quise darme por vencido.

Mi buen amigo Daniel Collins, cartoonist de la revista *porno* HUSTLER, llevaba treinta y cinco años trabajando para *Larry Flynt*.

Daniel me dio la información necesaria para saber a quién debía enviar mis propios chistes, cosa que hice.

Con un nuevo estilo a color, imitando lo que hacían en esa revista, pero manteniendo el "Pereira" después de mi nombre, volví a intentarlo.

El primer “submission” fue un fracaso rotundo, pero en el *segundo* Larry eligió dos de mis chistes para publicar. El primer cheque, con su firma en tinta magenta, llegaría algunos meses más tarde.

No era mucho, pero era un comienzo.



"SORRY ABOUT THIS... A FEW MONTHS AGO I WAS EATEN OUT BY A WEREWOLF, AND NOW WHENEVER THERE'S A FULL MOON..."



© Diego Jourdan Pereira.

Durante los dos años siguientes sumaría a Hustler y Hustler Humor, la publicación de otros chistes menos subidos de tono en la edición australiana de la revista MAD, y también en "Next Door Magazine", una nueva publicación gay mensual con distribución en Estados Unidos e Inglaterra.

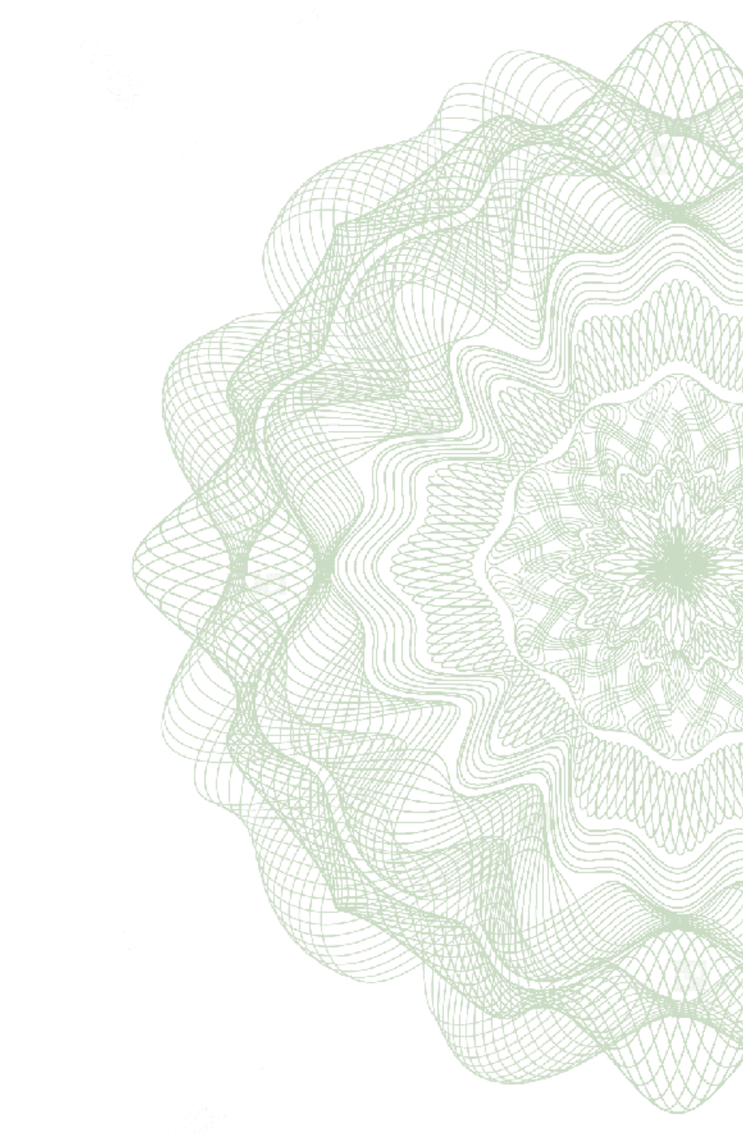


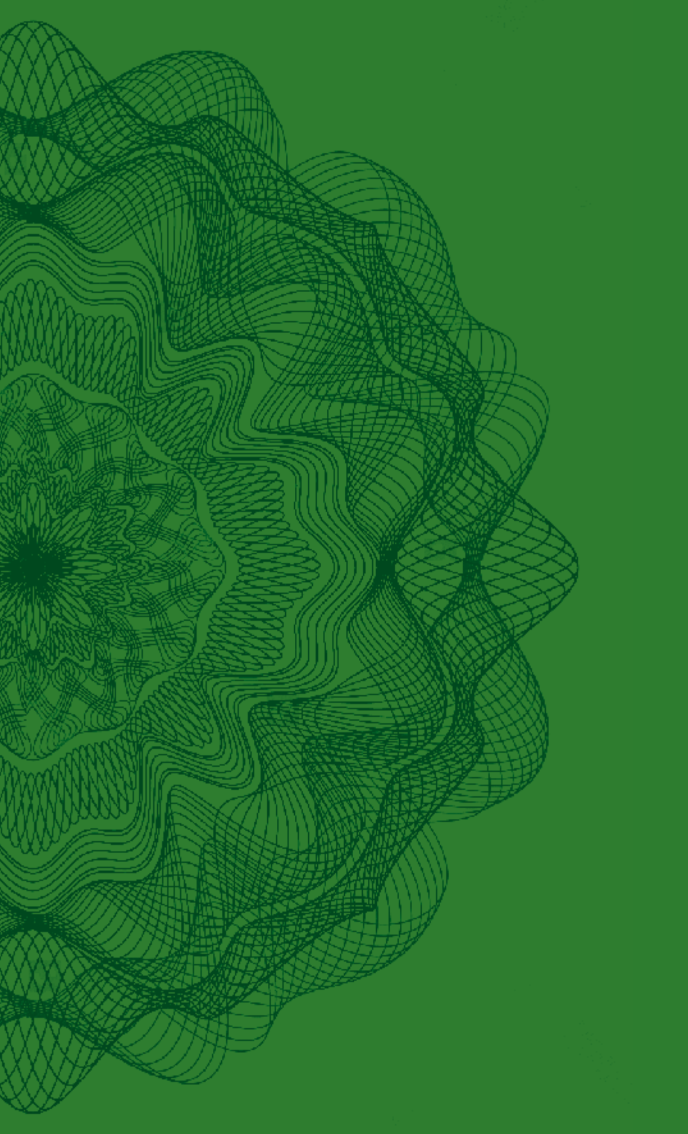
La alegría no duraría mucho. La misma crisis económica que propició el cierre de tantas revistas, hizo declinar las ventas de las sobrevivientes y estas minimizaron o cortaron la compra de chistes completamente.

¿Cuáles fueron mis errores principales?

- Pretender dedicarme a ilustrar aquello que me gustaba *como lector*.
- No mirar la realidad del mundo, ni estudiar la de la industria editorial.
- Pensar que un estilo bonito y personal era suficiente.
- No saber estudiar el trabajo de mi competencia, ni imitar sus fortalezas.

Para mayo de 2010, después de sacar las cuentas, decidí volver a los cómics; pero no sería el fin de mi búsqueda…





II. REALIDAD



1. Cosas que aprendí de mi padre



"Vos mejor que te afeités, mejor que madurés, mejor que laburés... Ya me cansé de que me tomes la cerveza, ¡te voy a dar con la guitarra en la cabeza!".
Jorge Serrano.

En muchos aspectos mi padre y yo somos como el agua y el aceite... y en otros como el fósforo y la gasolina.

Chocamos, discutimos, y dejamos de hablar más veces de las que puedo contar.

Sin embargo, hay un aspecto suyo que siempre admiré:

No importa qué empleo tenga en tal o cual momento (vender productos veterinarios, hacer aseo en un supermercado, manejar un "Uber"), siempre se levanta temprano, se afeita, se ducha, se viste, prepara el mate, llena el termo, y sale a trabajar.

Mi padre no se va a jubilar nunca (aunque fantasea al respecto cada tanto).

Mi padre es un guerrero.

Mi padre es un profesional.

Y cada mañana cuando me afeito, me ducho, y me siento frente a los encargos del día (con un cortado, lo admito, el mate no es para mí), mi padre y yo encarnamos el mismo set de valores, que Steven Pressfield resume en la siguiente lista (*Turning Pro*, p.90-91):

- El profesional se presenta todos los días.
- El profesional cumple su turno.
- El profesional se compromete hasta el final.
- El profesional sabe que los riesgos son altos y reales.
- El profesional es paciente.
- El profesional busca el orden.
- El profesional desmitifica.
- El profesional enfrenta su miedo.
- El profesional no acepta excusas.
- El profesional juega con lo que le toca.
- El profesional está preparado.
- El profesional no anda mostrándose.
- El profesional se dedica a dominar la técnica.

- El profesional no duda en pedir ayuda.
- El profesional no se toma el éxito o el fracaso personalmente.
- El profesional no se sobre identifica con su medio.
- El profesional soporta la adversidad.
- El profesional se auto-valida.
- El profesional es valiente.
- El profesional se reinventa.

1.1 Expectativas

"Cuando las expectativas se reducen a cero, uno aprende a apreciar lo que sí tiene".
Stephen Hawking.

Todos somos profesionales en un área: nuestro trabajo; y muchos ilustradores que luchan por convertir la ilustración en su negocio, tienen al menos un trabajo de medio tiempo.

Mis primeros diez años de vida profesional fueron exactamente así. Fui garzón (mozo) de 18.00 pm a 6.00 am durante mi primera época universitaria, vendedor en horario de mall (principalmente en tiendas de cómics, y durante un largo tiempo en un local de venta de armas), y profesor de inglés (de planta, y particular haciendo horas extra) en una academia privada de Santiago.

Fue durante esos mismos diez años que trabajé como ilustrador para El Mercurio (Chile), Westgate Resorts (EE.UU.), Image Comics (EE.UU.), y Felix The Cat Productions Inc. (EE.UU.), además de una larga línea de editoriales independientes.

¿Cuál era -y es- mi secreto?

No busco *proyectos*, busco *trabajo*.

Y el trabajo, independiente de lo pequeño que sea, paga. Si paga poco, pues busco más de esos para llegar a fin de mes.

Lo principal es tener claro que:

- **No tiene por qué gustarme:** La amplia mayoría de los habitantes de este planeta trabaja en empleos que detesta, y yo no soy mejor que nadie más.
- **No tiene por qué ser "relajado":** Esa maravillosa fantasía del "balance" entre trabajo y vida, y de la "libertad" de dibujar cuando uno quiere. Ahora que lo pienso, es muy posible que esté guardada en la bodega del final de "Los Cazadores del Arca Perdida"... búsquenla al lado del Arca y el Santo Grial.
- **No tiene por qué ser "cool":** Todos hemos visto genialidades del diseño editorial. El collage con pedacitos de boleto que forma un colectivo. La catedral de mondadientes. El político conservador hecho con condones inflados. La gente siempre lo encuentra genial o vanguardista, pero se agota rápido, y la atención del público pasa rápidamente al siguiente truco de circo. La moda es su propio peor enemigo.
- **No tiene por qué firmarse:** Es trabajo comercial, no el "Guernica", y cuanto antes lo aceptemos, mejor. El zapatero no firma la suela del zapato que arregla, el gasfíter no firma el inodoro que acaba de destapar. ¿Quieres que tu mami te felicite y tus amigos te palmeen la espalda? ¡Todavía estas a tiempo de estudiar medicina, y descubrir una cura para el Alzheimer!

1.2 Definiciones



"La mejor forma de encontrarte a ti mismo, es perderte al servicio de otros".
Mahatma Gandhi.

La moledora de carne industrial nos atrapa jóvenes, y si dejamos de serle útiles, o a veces aun siéndolo, nos desecha para recibir más carne fresca.

¡Razón de más para mantenernos aprendiendo, cambiando, y buscando nuevas alternativas de trabajo constantemente!

Sin embargo, no todo el mundo está hecho para el tipo de entrega profesional que el oficio requiere.

Por esta razón, he elaborado el siguiente cuestionario de selección múltiple, como una herramienta de autoevaluación honesta para ti, querido lector.

¡Veamos de qué estás hecho!

- **Después de trabajar 14 horas seguidas en una ilustración, la nueva editora te envía un email donde pide que redibujes todo. Tú:**

A. Estás de acuerdo, redibujas y entregas una segunda versión al día siguiente.

B. Accedes a redibujar, y te guardas tu juicio hasta el próximo encargo.

C. Le dices que debió ser más específica en el "brief", y haces los cambios refunfuñando, mientras juras no volver a trabajar para ella nuevamente.

- **Cambiar tu estilo para amoldarte al de la publicación que te contrata es:**

A. Lo usual. Ningún problema.

B. Un desafío, pero vale la pena intentarlo.

C. Un atentado contra mi libertad artística.

- **Han cambiado por tercera vez la hora de la entrevista con un cliente potencial; y ahora que lo llamas, no se encuentra disponible. Reaccionas:**

A. Dejando un mensaje con su secretaria para reprogramar.

B. Enviando al cliente un *email directo*, para ver si aún está interesado en tus servicios y desea reprogramar.

C. Enojado, borras toda su información de contacto y mensajes.

- **Te piden un encargo muy específico, para el que no tienes información, ni el material de referencia necesario:**

A. Si existe uno o más libros sobre el tema, los compras de inmediato.

B. Buscas en internet información, y revisas el trabajo de colegas del rubro.

C. ¿Entregar referencias no es el trabajo del director de arte?

- **La tarifa que te ofrecen por un encargo, es más baja de lo que pagan tus otros clientes:**

A. Aceptas el trabajo como viene. Las oportunidades no crecen en los árboles.

B. Le das al cliente potencial tres sólidas razones para que mejore su oferta.

C. Lo rechazas de plano. Tienes tus estándares.

- **¿Cuántos idiomas hablas, aparte del materno?**

A. Más de tres...

B. De dos a tres.

C. ¡El Arte no necesita idiomas!

- **¿Con cuántos programas gráficos sabes trabajar?**

A. Más de cinco...

B. De tres a cuatro.

C. Uno o dos.

- **¿Qué tan bueno eres con Adobe Photoshop o sus alternativas?**

A. Excelente. Puedo escanear, colorear, retocar, crear efectos, y formatear la imagen que sea.

B. Me defiendo. Puedo hacer uso de sus capacidades básicas.

C. Yo soy un artista tradicional y no me muevo de las tintas y acuarelas. ¿No es el trabajo del editor escanear y todo eso?

- **¿Tienes un portafolio online?**

A. Por supuesto, y lo mantengo actualizado.

B. No, pero tengo galerías públicas en varios sitios de portafolios para ilustradores.

C. ¿Quién necesita un portafolio teniendo perfiles en todas las redes sociales importantes, chats, y foros?

- **El Director de Arte de una agencia de publicidad te contacta a último minuto un viernes, con un encargo urgente. Tú:**

A. Estás cansado pero lo aceptas, aunque va a significar que no duermas ese fin de semana.

B. Lo aceptas, pero pides ayuda a un colega, para dividir la carga horaria y poder tener algunas horas de sueño.

C. "¿Quién se cree que es? ¡Yo no trabajo los fines de semana!"

- **Te ofrecen un trabajo ilustrando spots de un nuevo producto. El encargo paga bien, pero no se firma y debes firmar un estricto acuerdo de confidencialidad. Tú:**

A. Lo aceptas sin chistar.

B. Aceptas, pero te incomoda no poder contarles a tus amigos.

C. Lo rechazas. No puedes concebir que esté prohibido gritar a los cuatro vientos digitales tus logros.

- **Durante un feriado, un colega de mayor experiencia recibe un encargo urgente del extranjero, y te pide ayuda. Tú:**

A. Le preguntas cuánto te pagaría, y qué servicio requiere, pero lo aceptarás igual.

B. Le preguntas cuánto te pagaría, y qué servicio requiere, antes de decidir si aceptas o no.

C. Lo rechazas. No eres esclavo de nadie y los feriados son sagrados.

- **Un candidato político que no te simpatiza, te ofrece pagar generosamente por una caricatura para su campaña. Tu:**

A. Aceptas. El dinero no tiene color, olor, ni credo.

B. Lo piensas un rato y aceptas por que la paga te viene bien, pero no firmas el dibujo.

C. Te niegas rotundamente. ¡Jamás venderás tus principios al vil precio de la necesidad!

- **La idea de ilustrar un libro sobre un tópico del que no sabes nada te:**

A. Emociona. Amas un buen desafío que te saque de la rutina.

B. Supera. Tendrás que segmentar la producción en tramos más pequeños para sacarlo adelante.

C. Atemoriza. Temes perder el interés después de las primeras páginas.

- **Te invitan a integrar un colectivo artístico. Tú:**

A. Agradeces, pero declinas. La ilustración no es un arte, y tú tienes que trabajar.

B. Te unes para no quedar mal, pero participas lo menos posible. Los chismeríos entre colegas te dan un poco de vergüenza ajena.

C. Aceptas emocionado hasta las lágrimas. Vas a todas las reuniones. Los compañeros te premian, y te invitan a dar charlas. Sentirte "parte de algo" llena tus días.

Date un punto por cada respuesta “A”, dos por cada respuesta “B”, y tres por cada respuesta “C”.

Si sacas entre 15 y 20 puntos, probablemente estés hecho para trabajar como ilustrador freelance.

Si sacas entre 21 y 33 puntos, la ilustración es una opción posible.

Si sacas más de 34, tendrás que trabajar muy duro para dedicarte a la profesión.

1.3 Persistencia



"Olvida que eres sangre y hueso, párate como si estuvieras hecho de piedra".
Lemmy Kilmister.

A mí me encanta la música. Además de escucharla en formato digital, colecciono vinilos raros. Uno de mis géneros favoritos es el pop rock clásico de los sesenta y setenta, que siempre me provee de bandas y solistas sorprendentes... de los que nadie ha escuchado hablar jamás.

Imagino que muchos de esos músicos, si no todos, comenzaron a agruparse buscando replicar el éxito de *The Beatles*. Cuando dicho suceso no se materializó, algunos lo encontraron más tarde y reinventándose a la búsqueda de nuevas fórmulas musicales (como el glam o el disco). Otros, más serios, migraron a distintas áreas de la industria o la educación musical. La mayoría... bueno, digamos que es increíble la cantidad de bandas que quedaron por el camino antes de 1980.

La ilustración está de moda. Cada día, más y más jóvenes se suman a las lides de la profesión. Miles de personas en todo el mundo se llaman a sí mismos "ilustradores", y dedican su tiempo libre a rellenar libretas de "monitos", dibujar "fanart" que suben a la red social de turno, auto-publicar cómics y fanzines, o fabricar

chapitas, láminas y libretitas artesanales que venden en ferias, o sobre una mantita en la calle.

Para estas personas, dibujar es un acto creativo, una compulsión, o un hobby artístico. Como tal, no deja de tener validez; después de todo, el término "amateur", del romance antiguo, significa exactamente eso: "amante" (o "fan" en el mundo moderno).

Sin embargo, la palabra ilustrar viene del latín, *ilustra'tio*, que significa *iluminar*; esto es, arrojar luz sobre un texto escrito por *otro*.

No es fácil subyugar el ego, en pro de comunicar lo que quiere un tercero, y menos aún hacerlo como medio de vida.

Pero hasta el soldado más aguerrido necesita vestimenta, armas, y comida para mantenerse peleando. Por eso cobramos.

¿Cómo mantener nuestra dedicación a un oficio, si nuestros hijos pasan hambre o nos cortan la luz por falta de pago?

Tal como el soldado, nosotros no elegimos las reglas del campo de batalla, sino que nos adaptamos a ellas.

Es por esto que el verdadero oficio de ilustrar, ese que significa estar en la trinchera todo el día, todos los días, defendiéndola con sangre y tinta, pertenece al profesional pagado.

Los demás están de visita.



2. COSAS QUE ME ENSEÑÓ EL MUNDO



"No eres especial. No eres un hermoso y delicado copo de nieve. Estás hecho de la misma materia orgánica que todo lo demás. Todos somos parte de la misma pila de guano. La caca cantarina y bailarina del mundo".

Chuck Palahniuk.

Tal vez eres un purista y sientes que trabajar para empresas comerciales o iniciativas de terceros es de mercenarios. Bueno, todo tiene un precio. La vida del "artista hambriento" tiene su gracia. Puedes vivir una existencia romántica y llena de angustia, donde "no te vendes".

Claro, también está la parte del hambre, el frío y la intemperie; pero es tu decisión, y yo la respeto.

Estaré loco, pero por mi parte me gusta tener un techo sobre mi cabeza, ropa cómoda, salir a comer afuera de vez en cuando, y ojalá viajar una o dos veces al año.

Y lo mejor es que la ilustración paga todo eso y más.

2.1 Nada es fácil



"Una canción que suena simple, no siempre es fácil de escribir".
Sheryl Crow.

Un día recibo un correo electrónico de un colega que aprecio mucho. En su mensaje me dice que mi libro, "Al Servicio del Cómic Internacional", hace que muchas cosas "parezcan *sencillas*".

Culpable.

Ahora bien, como cualquiera que haya trabajado en dibujos animados sabe, sencillo y fácil no son lo mismo.

"Fácil" es aquello que no requiere esfuerzo. Sencillo es algo que parece simple, pero detrás de esa apariencia superficial generalmente no solo hay muchísimo trabajo, sino años de experiencia.

Lo mismo sucede con los principios que debemos aplicar para salir adelante en nuestra carrera profesional. Parecen sencillos, pero para aplicarlos debemos enfrentamos a la dura realidad de un mundo donde, si bien las circunstancias no hacen el carácter, sí lo *revelan*.

Cada vez que un profesional sigue adelante con su oficio sin quejarse, a pesar de bajos sueldos, largas horas de trabajo, reconocimiento nulo, y otras dificultades, demuestra verdadero amor y compromiso con su vocación.

¿Mencioné que cuando leí aquel email eran las cinco de la mañana, y además estaba atravesando una gripe y un *lumbago* doloroso? Eso no es *nada*. Yo soy una "mantequita" al lado de titanes como:

- El gran dibujante uruguayo **Geoffrey Edward Foladori** (1908-1997), más conocido como "Fola", que perdió *un ojo* a los veintitantos años. Siguió dibujando y construyó una carrera monumental e internacional, que duró décadas.

- **Mizuki Shigeru** (1922-2015), perdió su brazo derecho dominante durante la Segunda Guerra Mundial. Se enfrascó en aprender a dibujar con el izquierdo hasta que lo consiguió. Sus *mangas* se consideran clásicos inmortales de la *literatura* japonesa y universal.

- Mi buen amigo **Víctor "Vicar" Arriagada** (1934-2012), ya de edad avanzada, se cayó un día por la estrecha escalera de su dúplex y se rompió la mano en mil partes. Se puso una venda apretada de boxeador, y siguió dibujando el Pato Donald, a pesar de una línea un tanto temblorosa que ya no lo abandonaría. Años después, durante su larga lucha con la *leucemia*, siguió trabajando desde el hospital. Solo hizo una pausa cuando lo obligó... un *coma* inducido.

Así como ellos, nuevas generaciones de valientes colegas se entregan al oficio en circunstancias personales y externas muchísimo peores.

¿De qué te quejas?

2.2 Nada es gratis



"Renuncias una vez, y se convierte en costumbre".
Akira Kurosawa.

Quienes ya estén aplicando las breves lecciones de "Al Servicio del Cómic Internacional", sobre cómo buscar, conseguir, y mantener ese primer trabajo profesional, entienden a esta altura que ése es solo el comienzo del camino; y que ponerse al servicio de una industria, la que sea, es únicamente la puerta de entrada a la vocación de mayor sacrificio que significa servir al *oficio*.

Pero todo tiene un precio.

Quisiera poder decir que soy inmune al cansancio, la tristeza, la frustración, los virus, la escoliosis, y el desgarro muscular; o mejor aún: al rechazo, la falta de dinero, y la indiferencia editorial, pero lamentablemente no es así.

Durante muchos años, superado por obstáculos internos y externos, supe tirar la toalla, inventar excusas, e intentar huir lo más lejos posible de los problemas.

Es la naturaleza humana, y mis pedos no huelen a jazmín.

Sin ir más lejos, tras mi primera década de trabajo profesional, y habiendo conseguido varios clientes importantes, cometí el error, en mi arrogancia, de querer jugar a "Walt Disney".

Corría el 2006 cuando inicié mi propia agencia, subcontratando dibujantes de varios países para hacer frente a la alta demanda de servicios. Entonces, una combinación de mi falta de talento gerencial, la deslealtad de algunos colaboradores (que incluyeron un "Norman Bates" criollo), y el cierre de operaciones de mi cliente más importante, me llevó primero a la bancarrota; y después a un colapso físico y mental que me llevaría años de terapia remontar.

En el momento mismo, superada la tentación instintiva de la huida, hice lo que haría cualquiera: reduje mis esfuerzos a lo que podía hacer yo solo, bajé mis gastos y me ordené para pagar mis deudas, comenzando por el banco, de la primera a la última.

De esta forma, reconstruí mi carrera poco a poco, cliente a cliente, buscando oportunidades pagas, no mi propia satisfacción.

Me llevó seis años reconstruir mis finanzas, y otros cuatro mi psique.

No muy distinta ha sido la experiencia humana desde el principio de los tiempos.

De hecho, es tan definitoria de nuestro desarrollo, que la destilamos en el arquetipo narrativo que los entendidos llaman "El Viaje del Héroe" (en lo personal, la palabra "héroe" me parece un tanto hiperbólica, pero esa es la convención literaria).

En su versión resumida: El héroe *se pierde*. El héroe *sufre*. El héroe *regresa*.

Es de mi propio viaje que extraigo lecciones que espero puedan servirte de guía, pero ni yo ni nadie podemos recorrer el camino por ti. Tarde o temprano, tendrás que vivirlo, y pagar el precio que significa extraer las tuyas propias.

2.3 A nadie le importa



"¿Y si el 'hombre de la bolsa' tampoco quiere tomar la sopa?".
Les Luthiers.

La competencia es feroz en países donde existen industrias establecidas, y doblemente dura en el 99% del planeta donde no las hay, pues el ilustrador debe, en esos casos, *educar* a sus propios clientes y al público general, sobre el valor de lo que hace.

En lo personal, no tengo delirios mesiánicos, ni quijotescos. Ilustrar ya me lleva bastante tiempo, y por eso me enfoco en industrias, y en última instancia en países donde el trabajo se paga y nadie me pide explicaciones.

Dicho esto, independiente de dónde desarrollemos la actividad profesional, y a quién sirvamos, lo más importante es no perder de vista que, más allá de lo bello y satisfactorio que nos resulta ver el mundo con ojos de dibujante, realmente lo que hacemos no es tan importante ni tan esencial y, por ende, *nosotros tampoco*.

Ahora te ruego que resistas el impulso de tirar este libro a la basura o prenderle fuego unos instantes, respires hondo, y lo consideres.

Si aún sigues leyendo, significa que has ganado cierta perspectiva de las cosas.

Mi hermana menor quería hacerse un tatuaje de la "boy-band" de turno a los trece años. Ahora, con quince, ni recuerda quiénes eran. ¡Y estamos hablando de unos chicos que fueron mega-estrellas del entretenimiento mundial hace poquísimo tiempo atrás!

Por otro lado, ¿qué hay de las personas que han sido un verdadero aporte al desarrollo de la especie humana en su conjunto?

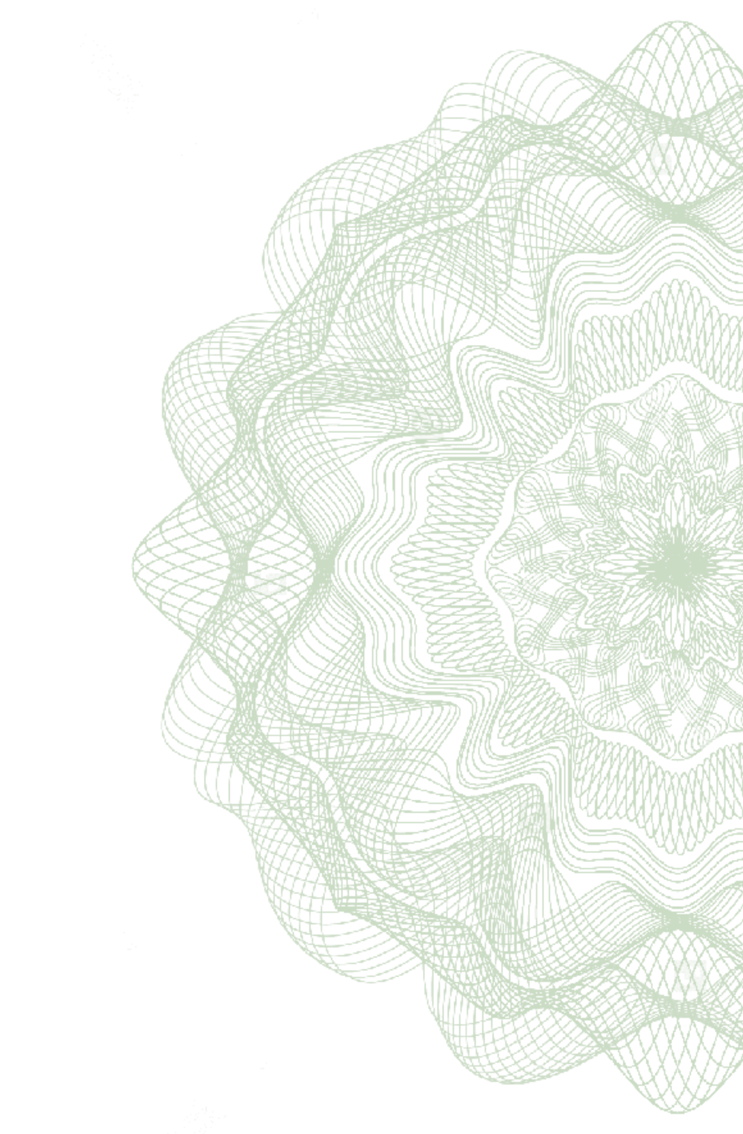
¿Recuerdas el nombre del descubridor de la vacuna contra la polio?

¿Qué hay del inventor del cepillo de dientes?

¿Y el de la espiral anti-mosquitos?

¿Todavía crees que tu trabajo te va a traer reconocimiento?

Antes que te des cuenta, tú y yo vamos a estar marchando, junto al dodo y los chicos de "One Direction", camino al olvido...





3. DERROTA



"Es bueno ser humillado por las circunstancias, para así volver desde un lugar sincero a lidiar con ellas".
Michael J. Fox.

A mediados de 2012, un quiebre amoroso forzó una "tormenta perfecta" de cambios en mi vida que me hizo reevaluar seriamente mis objetivos profesionales.

Llevaba nueve años de actividad casi ininterrumpida como dibujante de cómics basados en "licencias" de dibujos animados y juguetes, pero la repetición constante de las mismas fórmulas me estaba adocenando como dibujante, y me aburría mortalmente.

Necesitaba redescubrir que clase de "artista" era realmente, pero mi búsqueda hacia el "humor gráfico" había desembocado en un callejón sin salida.

Entonces, si el humor no era la respuesta, decidí hacer el camino inverso: buscar un dibujo realista que conjugara tanto mi gusto por las formas abstractas, como su potencial aplicación comercial.

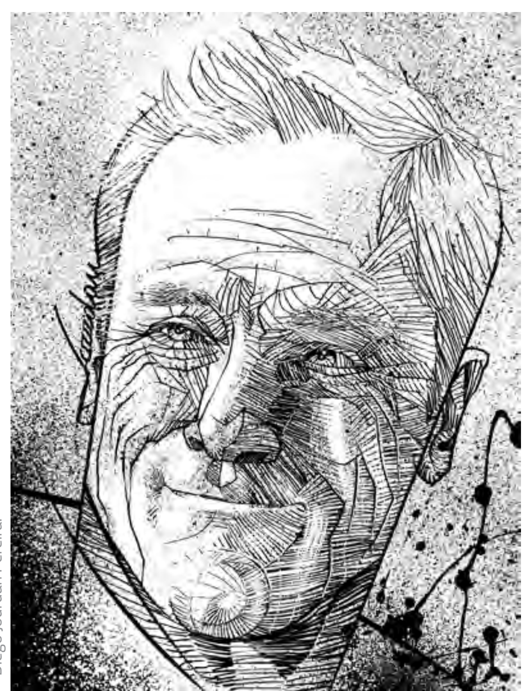
Y nada le gusta más a la gente que ser retratada.

Me puse, entonces, manos a la obra, dedicándole tiempo al desarrollo de un estilo que me dejara conforme.

Amistades y familiares fueron mis primeros modelos; entre ellos mi abuela paterna a quien, a decir verdad, no le gustó demasiado el suyo. En sus propias palabras "...*es distinto*".



Incluso recibí algunos encargos privados (que en el rubro llamamos "commissions") de gente del espectáculo de EE.UU., Reino Unido y Tailandia. A diferencia de mi abuela, el actor Louis Herthum (True Blood, Longmire, y Westworld), quedó muy contento con el suyo, como atestigua su cita en la solapa de este libro.



© Diego Jourdan Pereira.

Pero una vez acumulé una buena cantidad, comencé a enviarle mi trabajo a distintas editoriales.

Meses más tarde firmé contrato con el Grupo de Revistas La Nación (Argentina), y llegó mi primer encargo para la revista "Rolling Stone."



HELLO FRANK!

Sin embargo, meses después, al renunciar la Directora de Arte que me contrató, dejan de llegar nuevos pedidos.

En ese mismo año, logré además *reiniciar* mi vieja relación con "El Mercurio" de Santiago, periódico que me contrató en algunas oportunidades para ilustrar su sección deportiva, trabajo que llegaría a su fin en 2014.



Los mejores futbolistas de todos los tiempos

Para 2015, tras un breve paso por Ciudad de México, arriesgué contactar el departamento de revistas del Grupo Expansión vía email, con un link a mi portafolio de retratos, iniciativa que desembocó en la realización de una nueva ilustración para su revista insignia, “Chilango”... y no supe más de ellos.


CAPITAL

La otra TV

QUE NO TE DIGAN, QUE NO TE CUENTEN...

A diferencia de lo sucedido con mis chistes, en este caso supe:

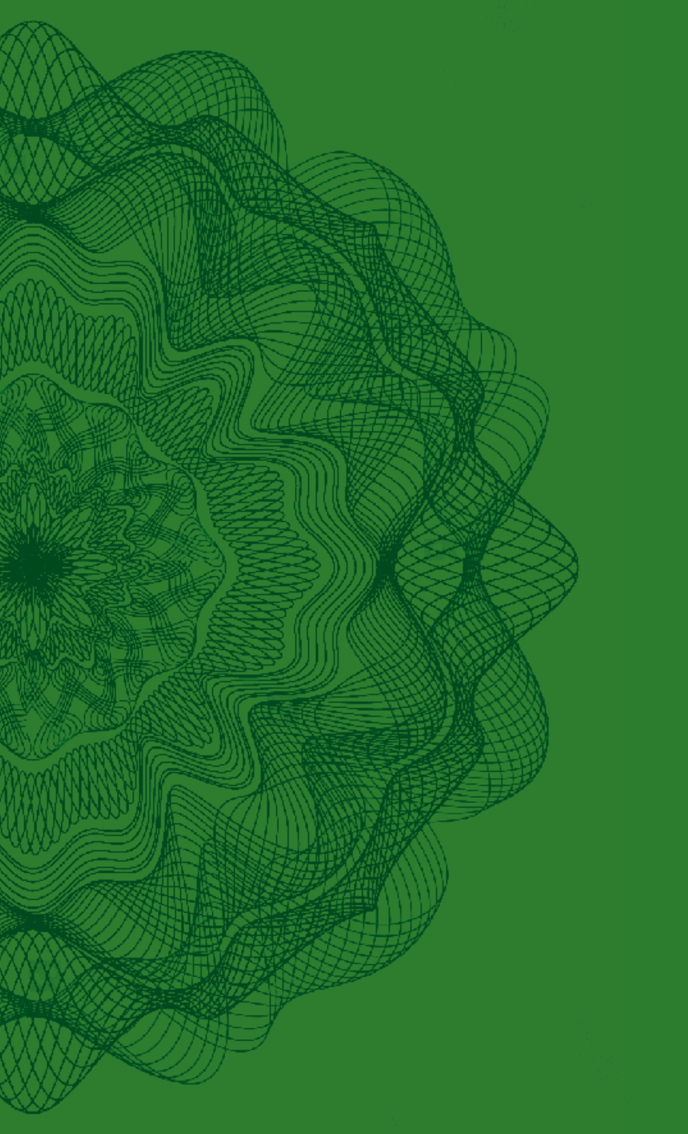
- Mirar la realidad del Mundo, y estudiar la de la industria editorial.
- Privilegiar la funcionalidad sin sacrificar la estética.
- Saber ver el trabajo de mi competencia, e imitar sus fortalezas.

¿Cuál fue mi gran error?

- Pretender ilustrar *lo que me gustaba*.

Entonces me di cuenta que *lo había logrado*. El negocio no había prosperado, pero al menos como ilustrador, había tenido una auténtica derrota.

Ya era tiempo de levantarme y *seguir*.



III. RECOMPENSA



1. TARZÁN Y LAS BANANAS

(BASADO EN UNA IDEA DE ROBERTO BARREIRO)



"No es desde la benevolencia del carnicero, el cervecero, y el panadero que esperamos nuestra cena, sino del cuidado por su propio interés".
Adam Smith.

Mi amigo Roberto Barreiro, gran experto en literatura popular (y creador del blog "Arboles Muertos y Mucha Tinta"), ilustra los principios básicos de la economía, utilizando la colorida alegoría que elaboro a continuación:

Tarzán, célebre personaje creado por Edgar Rice Burroughs (1875-1950), disfruta de una refrescante siesta selvática sobre la rama de su árbol favorito. Con semejante calor, el sopor llega pronto, pero lo sobresaltan gritos que llegan desde el suelo.

Tarzán se asoma y ve un misionero que lo llama, dando pequeños saltitos. Todavía somnoliento, le pregunta – *¿Qué quieres?*, a lo que el misionero responde – *Venía caminando rumbo a la aldea, cuando vi que frente a ti cuelga un racimo enorme de bananas. ¿No te importaría lanzarme algunas, para dar gloria al Altísimo?*

Tarzán mira el cacho de bananas frente a él, brillando entre las lianas. Mira al religioso, hace una mueca, y sin siquiera responderle, vuelve a su posición original, para retomar su siesta.

Pero, hete aquí que, quince minutos más tarde, nuevas voces lo despiertan. Tarzán mira hacia abajo y descubre que varios representantes de la aldea se han congregado bajo el árbol.

– *¿Qué quieren ustedes?*, ruge Tarzán, visiblemente mosqueado.

– *El misionero llegó al pueblo contando sobre ese maravilloso racimo de bananas que cuelga frente a ti, entre las lianas. ¡Danos la mitad de tus bananas para paliar el hambre de nuestra aldea!*

– *¿Acaso no ven que estoy durmiendo la siesta?*, contesta Tarzán mientras la cicatriz sobre su ojo comienza a enrojecer visiblemente.

– *¿Cómo puedes ser tan egoísta? ¡Tú tienes muchas y nosotros ninguna! ¡Danos la mitad, porque es lo justo!*

– *Será posible... ¡Robin Hood es de otro cuento! ¡Déjenme tranquilo!* Les espeta nuestro héroe, antes de volver a su siesta.

Los representantes de la aldea se regresan cabizbajos. Pronto se corre la voz entre los animales de la selva. Al enterarse de las reiteradas negativas del Señor de la Selva, la mona Chita trepa el árbol y lo sacude hasta despertarlo.

– *¿Qué cuernos está pasando ahora, Chita?*

– *Jefe, estuvimos conversando con Tantor, y queremos proponerle fundar junto a nosotros una cooperativa agrícola, con el fin de controlar la venta de bananas a los humanos y su eventual exportación. Si me deja, he preparado unos gráficos en PowerPoint, con las proyecciones de crecimiento para el primer trimestre de este...*

Tarzán le da una patada que la manda volando al árbol vecino – *¡Métete el PowerPoint por donde mejor te quepa!*

– *¿Qué habré hecho yo, para merecer esto?*, se pregunta, mientras lo sorprende un rugido proveniente de su estómago.

– *Con tanto ajetreo, me dio hambre...*

Entonces se levanta, estira el brazo y arranca un plátano grande y amarillo, que pela cuidadosamente para comérselo.

Naturalmente, el misionero representa el *medievalismo* económico, y yo diría incluso el *anarco-primitivismo* (básicamente confundir "Tarzán" con "Walden").

El razonamiento de los representantes de la tribu corresponde al *socialismo* (confundir "Tarzán" con "Robin Hood"); mientras que Chita y Tantor al *cooperativismo* (pensar que Tarzán juega en equipo).

Tarzán, que no va a levantar el taparrabo de la rama hasta que lo motive el *hambre*, es una alegoría del pensamiento *capitalista* clásico.

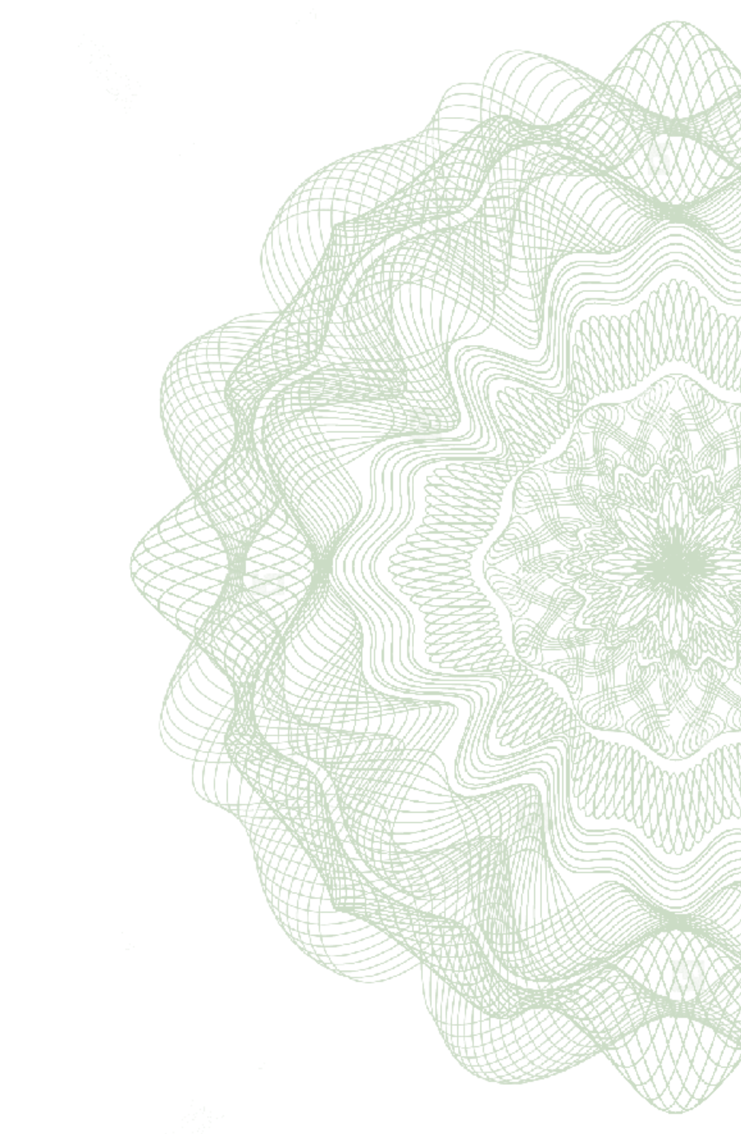
La moral de la historia es que el principal motivador de cualquier persona para trabajar es el propio interés.

Si nos topamos con quien sea que nos solicite trabajo y tiempo para servir a un "ideal mayor", llámese deidades mitológicas o "justicia social", la respuesta es que, si no van a pagar, que ilustren ellos.

Si nos ofrecen una oportunidad de asociación, donde "todos ganamos", mejor correr en otra dirección.

En última instancia, cuando una empresa o cliente comercial ("Tarzán nivel *Kaiju*", digamos) nos ofrece un trabajo, *más le vale pagar por él.*

> **Es *uno* quien decide cuándo, por cuánto, y porqué se levanta a trabajar, pero el *oficio* no se entrega si recibir un beneficio a cambio.**





2. VIRTUDES DE LA INVISIBILIDAD



"El loro plagia la palabra, pero quien está preso es el canario".
Roberto Fontanarrosa.

El pintor de caballete debe ir a todas las fiestas de las galerías que exhiben sus pinturas. En esas fiestas va a brindar mucho con gente adinerada, y va a hablar mucho sobre sí mismo, hasta que su trabajo y su vida le parezca a alguien lo suficientemente interesante como para arriesgar la compra de un cuadro.

En los circuitos artísticos *se habla mucho para vender muy poco*. Pero, si se tiene suerte (y no se muere de cirrosis hepática), después de una o dos décadas, una vez amasada cierta reputación en esos círculos, las obras pueden llegar a subastarse en cifras altísimas. Muchas veces el pintor llega incluso a cosechar gran parte de esos beneficios.

Sé lo que están pensando: ¿y Vincent Van Gogh (1853-1890)? ¿No murió acaso, sin ver un centavo?

Ese es el mito popular. Como señala el Profesor de Historia del Arte e Historia de la Universidad de Columbia, Simon Schama (1945 -), en su libro "The Power of Art" (The Bodley Head, 2009); la verdad de las cosas es que Theo, el hermano y *marchand* de Vincent, sí llegó a vender bastantes cuadros de este último, y muy bien.

El problema fue que, para ese entonces, la esquizofrenia de Vincent se había vuelto inmanejable, y hubo que recluirlo en un asilo. Bueno, la comodidad de los asilos privados no es gratis ahora, y tampoco lo era en el siglo diecinueve.

Además, Vincent estaba tan demente que se *comía* su óleos (con altos niveles de plomo y tóxicos). No es broma... ¡dicen que su postre favorito era el "amarillo cadmio"!

Salvando las distancias, cuando nos dedicamos como ilustradores a proyectos personales (o bien proyectos donde la "ganancia" sería solo "royalties" en un futuro hipotético), el tiempo que invertimos en promocionar dicho proyecto supera con creces el tiempo que nos llevó hacerlo. Naturalmente, promocionar nuestro producto en el largo plazo, significa mayor permanencia en el ojo mental del consumidor potencial, y también ocasional.

Por ejemplo, el *marketing* constante de ese libro que ilustramos hace cuatro años, es un buen ejemplo del primer caso; mientras que el segundo sería sentarnos en el stand (propio o de la editorial) en cualquier feria, donde exista la posibilidad de que alguien se tiente para comprarlo, aunque sea solo por el hecho de tenerlo autografiado.

Toda esa colosal pérdida de tiempo desaparece cuando uno pinta paredes, y también cuando ilustramos *productos comerciales* que no elegimos ni nos pertenecen.

Uno pasa simplemente a ser una pieza más de la cadena de producción, y la auto-expresión es sustituida con el cumplimiento del encargo que se nos ha asignado. Como tampoco estamos ligados sentimentalmente al trabajo, nos enfocamos simplemente en hacerlo bien; y realmente si lo firmamos, o nuestro nombre aparece en algún lado, no nos importa especialmente, mientras nos *paguen*.

Las ventajas de esto son evidentes:

- **Unidad de propósito:** Cuando el objetivo obedece a cumplir un objetivo o meta preestablecido por otro, nos enfocamos en realizar lo que se nos pide, sin perdernos en las nubes de la creatividad.
- **Esquivar las distracciones:** Este enfoque unidireccional requiere cierta práctica, pero nos permite vivir el presente, y dejar fuera todo aquello que nos arrastra para abajo o nos demora.
- **Ahorro del tiempo:** Como prescindimos de las distracciones innecesarias (como pasar varias horas promocionando el producto en redes sociales), disfrutamos más nuestro tiempo libre, y lo dedicamos a cosas que sí valen la pena, incluyendo el propio esparcimiento.

- **Auto concepto saludable:** Finalmente, como nuestro ego no se sostiene en el producto de nuestro trabajo, sino en el hecho mismo de trabajar en un oficio y mantener la propia independencia, su “éxito” o “fracaso” no nos afecta anímicamente. El primer caso solo significa más trabajo (*no necesariamente mejor sueldo... recordemos que el cliente no trabaja para nuestro beneficio, sino el suyo propio*), y el segundo, simplemente adaptarnos para el siguiente desafío.

2.1 Dimensionar el trabajo



"El hombre con la visión para admitir sus limitaciones, llega más cerca de la perfección".
Goethe.

"Dimensionar" en este caso se entiende como la capacidad de fraccionar nuestro tiempo de producción en unidades manejables, que nos permitan realizar un encargo de principio a fin, sin "quemarnos" en el camino ni vernos superados.

Lograrlo es un "arte" en sí mismo, que requiere disciplina y paciencia, y que únicamente podemos alcanzar con:

- El conocimiento de los requisitos técnicos y envergadura del encargo mismo.
- El autoconocimiento de las propias capacidades, y velocidades, que adquirimos a lo largo del tiempo.

Por ejemplo, yo no dibujo *rápido*. Hay cosas que me salen con mayor soltura que otras, pero me gusta tomarme mi tiempo para dibujar porque disfruto ese proceso.

Sin embargo, va a llegar el momento de discutir fechas de entrega con mi cliente, y en ese punto he descubierto que lo más sano es ser un tanto pesimista acerca de mis propias capacidades.

En el peor de los casos, uno nunca sabe cuándo pueda suceder un imprevisto (accidente, enfermedad, etc.), pero en el mejor, siempre quedamos bien cuando entregamos con cierta holgura respecto a la fecha establecida.

Ahora bien, ¿qué sucede cuando el cliente no tiene la flexibilidad, o su tiempo es auténticamente limitado por temas relativos a la producción y distribución a escala industrial?

Una decisión válida es *rechazar el trabajo*. Pero déjame ser absolutamente claro en este punto:

En el mundo real, y en industrias gráficas establecidas, si dices "no" a un trabajo, tienes un ochenta por ciento de chance que no te vuelvan a contactar *jamás*.

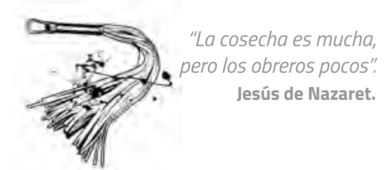
Las razones de esto son simples:

- **Despecho:** Por infantil que suene, no todos los editores, creativos y directores de arte tienen el mismo nivel de madurez, ni están acostumbrados a lidiar con el *freelancer* con casual indiferencia profesional (esa virtud que los norteamericanos llaman "*nonchalance*").

- **Confianza probada:** Seguir empleando a la persona que aceptó y cumplió el encargo es lo lógico.

Pero existe un camino *alternativo*, no exento de desafíos propios, sobre el que escribo a continuación.

2.2 Subcontratar ayudantes



"La cosecha es mucha, pero los obreros pocos".
Jesús de Nazaret.

Durante mis comienzos en Chile fui asistente de dos ilustradores, Vicar y Mariano Ramos, a quienes ya mencioné anteriormente.

En las dos décadas que siguieron trabajé a distancia, además, como ayudante de un dibujante en EE.UU., y en otras oportunidades lo hice prestando los mismos servicios intermedios (tinta, color, retoque digital, restauración) directamente para editoriales, también de EE.UU. y Europa.

Sobre esta particular *veta de empleo seguro*, versa mi libro anterior, "Al Servicio del Cómic Internacional" (Acción Comics, 2016), así que no va a ser tratada con más detalle en este.

Por otra parte, también supe tener ayudantes propios, en distintas épocas y con distintos resultados. Estos colegas subcontratados, tal como me tocó a mí, se encargaban de una parte, varias, o bien de la totalidad de un encargo.

Con unos pocos soy amigo hasta el día de hoy, con la mayoría perdimos contacto una vez el trabajo se acabó (no hay "amor trágico" entre mercenarios), y los menos posiblemente llegaron a *odiarme*.

La mayoría de estos últimos, perdieron en algún punto la perspectiva, y comenzaron a pensar que tal o cual encargo era de algún modo *suyo*, no una oportunidad que yo les daba por mi propio beneficio.

> **Olvidaron una realidad que yo jamás me permito ignorar: el trabajo (así como la propiedad intelectual de tal o cual personaje) *ni siquiera es mío*, sino de la empresa que me contrata y paga por él.**

Obviamente, cuanto mayor es la cantidad de clientes y encargos, mayor la tentación de subcontratar otras manos que ayuden, como ya describí en un capítulo anterior.

El único consejo que, desde mi experiencia a ambos lados del mostrador me permito ofrecer:

> **Mantén tu círculo pequeño y nunca trabajes con gente que no conozcas bien.**

Y por “conocer bien” no me refiero a la calidad de su trabajo, sino a sus características de personalidad (paciencia, ecuanimidad, gentileza, persistencia, humildad, etc.); aunque sea solo porque todos los negocios pueden sufrir reveses, y no quieres un sociópata escribiéndote amenazas porque perdió un porcentaje mínimo de su pago por el costo de la transferencia, o una psicótica con ansias de fama, que va a intentar “puentearte” (es decir, contactar con tus clientes de forma independiente para quitarte el empleo).

Si, por la razón que sea, deseas arriesgar con un muchacho o muchacha desconocidos, pero con la actitud correcta (como mis propios mentores hicieron conmigo), *construye* esa confianza gradualmente con encargos de menor responsabilidad a medida que enseñas a la persona el oficio mismo. Dolerá menos si llega la hora de *despedirlos*.

2.3 Crédito vs. Rédito



"Es increíble lo que puedes lograr, cuando no te importa quién se lleva el crédito".
Harry Truman.

La realidad del trabajo productivo a partir de la revolución industrial, es que somos dueños de nuestro oficio, pero no de nuestro trabajo. No es algo que entreguemos por amor desinteresado, sino que recibimos un pago a cambio.

La gran serie televisiva *Mad Men* (AMC, EE.UU., 2007-2015) lidia con este aspecto del trabajo al interior de una agencia publicitaria.

En el capítulo "The Suitcase" (T.4, Ep.7, 2010), Peggy, verdadera coprotagonista del show, se siente insatisfecha con el poco o nulo reconocimiento que recibe por su trabajo como redactora. El protagonista, Don Draper, le responde que *para eso está el dinero*.

El salario es la mejor forma de reconocimiento que podemos recibir. Significa que hicimos nuestro trabajo bien y que este trabajo tiene un valor real.

El "conflicto" interno que sufren algunos ilustradores, nace de la visión de su trabajo como una forma de "arte". Entonces, en lugar de apreciar el arte en *el proceso*, se involucran personalmente con el *resultado*, sin considerar dónde y para quién lo realizan.

¿Realmente cambia en algo tu vida si no firmas esos story-boards que dibujaste para el comercial de shampoo?

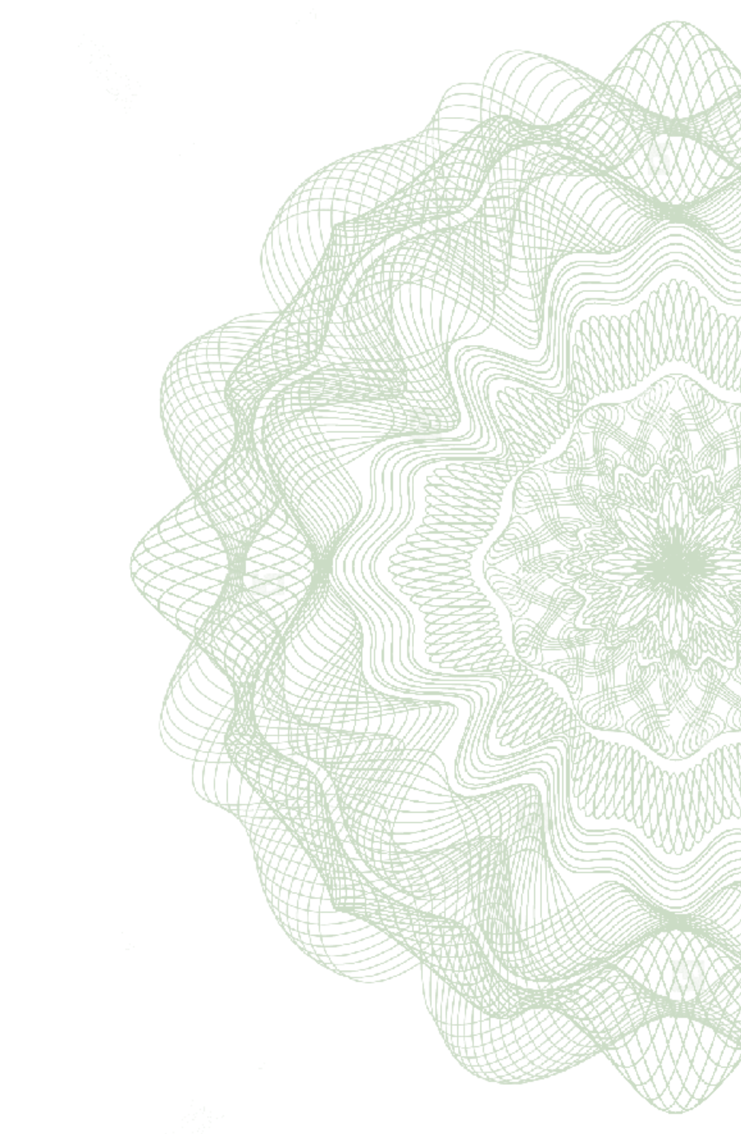
¿Tan importante es que salga tu nombre en el folleto de seguridad del avión?

¿El libro de matemáticas de sexto grado?

¿El cómic de *Batman*?

El 90% de las personas no leen los créditos, ni les importa quién ilustra tal o cual cosa.

> **Desengáñate: Tu nombre impreso no va a traerte más trabajo que una verdadera reputación, hecha de las recomendaciones positivas de distintos jefes satisfechos.**





3. DESCUBRIMIENTO



"Cuando te ofrezcan un trabajo, di '¡Claro que puedo!'; y luego ocúpate en averiguar cómo se hace".
Theodore Roosevelt.

Tenemos trabajo y, con nuestras necesidades básicas cubiertas, estamos muy cómodos. *Demasiado cómodos.*

Pega una crisis y nos vemos luchando por llegar a fin de mes, o directamente "en la calle". Comenzamos a buscar alternativas.

Al principio, la búsqueda es consciente y cuidada: preguntando a colegas amigos, buscamos aquellas vetas industriales donde pensamos que nuestro trabajo, experiencia, y "know-how" puedan ser valorados.

Eso a veces resulta. Otras no.

Las vetas son limitadas y puede suceder que choquemos con un mercado laboral donde la oferta supera con creces la demanda real.

Entonces, a medida que se agotan nuestras opciones y la campaña de trincheras se comienza a parecer cada vez más a tirar granadas de fragmentación con los ojos vendados, empezamos a buscar otras salidas, otros caminos.

Un día, un email llega sin esperarlo. Un editor busca alguien que pueda ilustrar tal o cual encargo que jamás hemos realizado antes... la reputación industrial sirve, y más cuando esa reputación es la de un obrero que dibuja *lo que sea*.

Aceptamos sin pensarlo mucho, y al abrirnos a esa nueva posibilidad, descubrimos algo nuevo sobre nosotros mismos.

Lo sé, porque lo viví de primera mano.

No estaba en la ruina, pero el trabajo en revistas infantiles británicas (que además complementaba con mi trabajo como entintador de una tira de prensa para King Features), solo alcanzaba lo justo. No me faltaba nada, pero cualquier gasto extra podía desbaratar mi limitado presupuesto mensual de la peor manera. Ni hablar de pensar en estudiar o tomar un curso de algo. ¿Gastos superfluos como ir al cine y libros? Olvídate.

Fue entonces cuando me escribe el editor de una nueva línea de libros de colorear para adultos (que a fines de 2014 ya se perfilaban en las listas de best-sellers), de una editorial norteamericana.

Como estos libros apuntan mayoritariamente al público de la generación de mis padres, él tenía la idea de hacer libros que recrearan la experiencia de los kits de "pintura por números" tan populares durante los 50 y 60.

Inmediatamente recordé el cuadro de un pastor alemán, que mi padre había pintado cuando era niño. Mi abuela compró uno de esos kits para mi tía Lissy, que pintó el "collie", mientras que el "perro policía" le tocó a mi padre (ahora que lo pienso, es cierto eso que dicen del parecido que tenemos con nuestras mascotas).



Procedí entonces a “hacer de tripas corazones” para comprar un libro sobre esa moda: “Paint by Number” (Princeton Architectural Press, 2001).

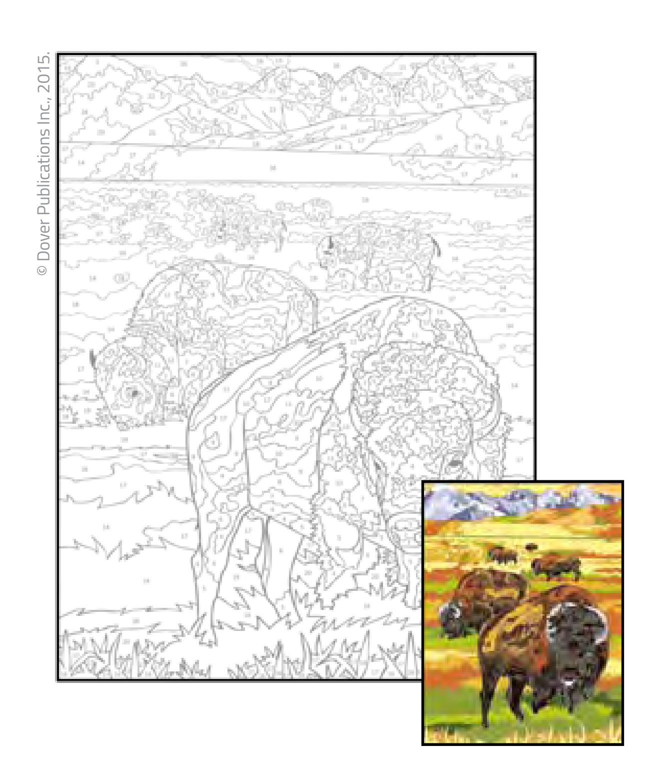
En sus páginas aprendí detalles interesantes, como que el primer uso de diagramas con números para pintar fue ideado de Leonardo da Vinci (1452-1519), para que la “obra gruesa” de sus pinturas la realizaran sus *ayudantes*, mientras el Maestro florentino se preocupaba de los detalles y la terminación (¡en tu cara, Dan Brown!).

Pero lo más importante fue ver la “cabeza” detrás de cada pintura, el enfoque técnico necesario para interpretar las pinceladas como zonas delineadas, y todo eso con una paleta *limitada*.

Gracias a esto, y sabiendo que mi primer encargo iba a ser un libro de vida silvestre, y otro de paisajes de los Estados Unidos, decidí ilustrar una muestra que conjugara ambos temas.

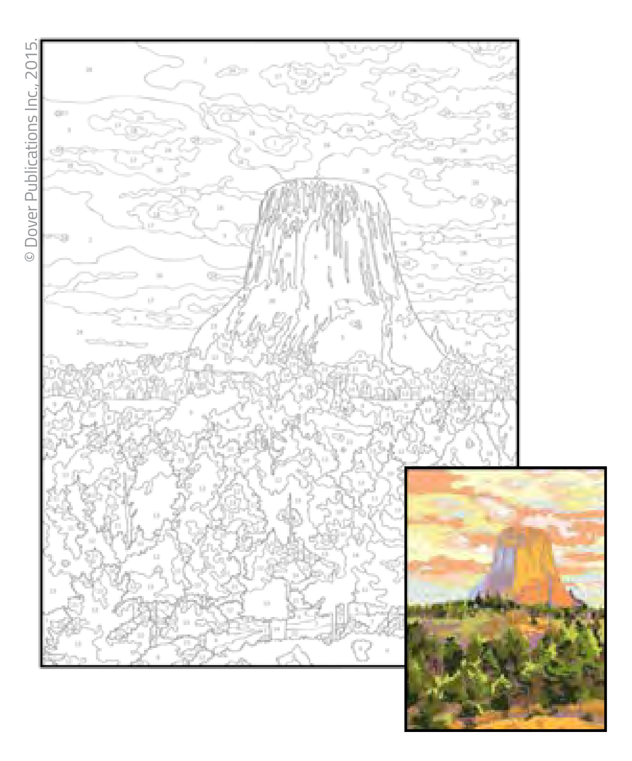
Esto porque el editor necesitaba saber que yo podía hacerme cargo del trabajo; pero de no gustarle mi trabajo, no quería trabajar el doble si me tocaba repetirla.

Dibujé entonces un paisaje de Wyoming con búfalos.





De esta primera aproximación, que fue aprobada ipso-facto, descubrí lo refrescante, aunque laborioso, que me resultaba el dibujo naturalista. Y también que en lo sucesivo iba tener que delinear “pinceladas” más grandes, para que los numeritos (todos del mismo tamaño), entraran bien en cada espacio.



El libro de los paisajes norteamericanos también fue una bonita experiencia de aprendizaje plástico; en especial de la escuela de paisajismo del sudoeste de los Estados Unidos, cuyo trabajo informó bastante mi propio proceso.

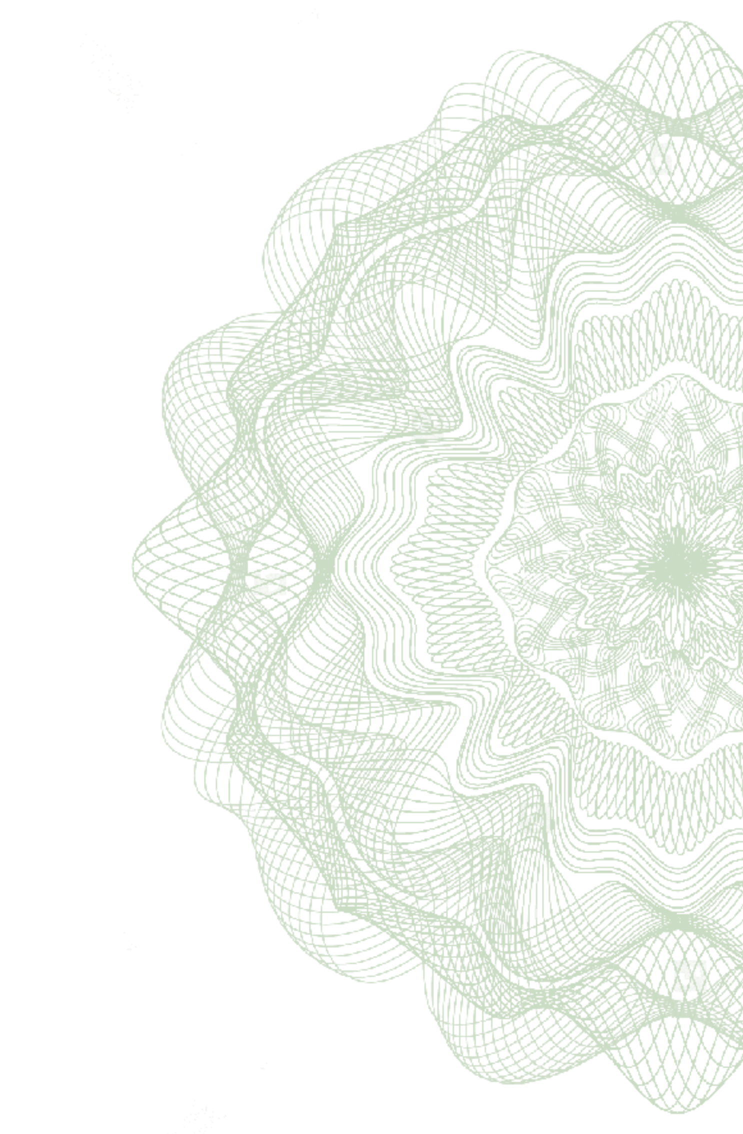


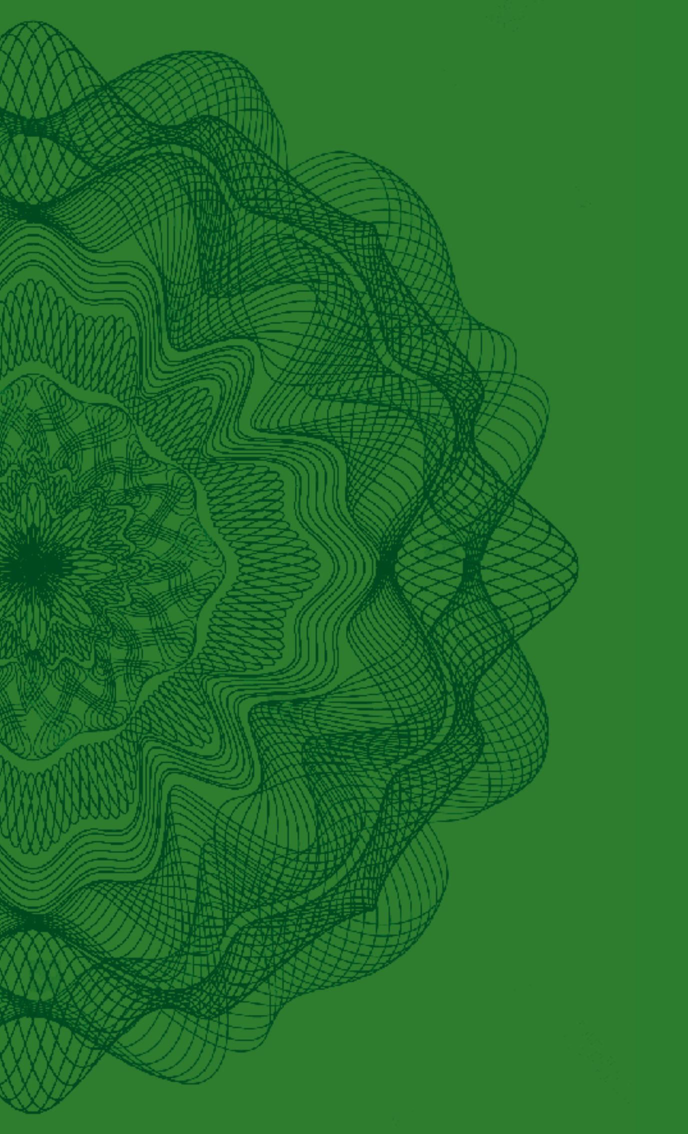
© Ullman Medien, 2016.

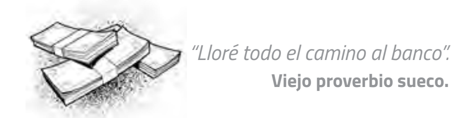
Ambos libros se publicaron con buena respuesta a nivel de público y ventas (la editorial habla del orden de los 55 millones de ejemplares), y me fueron encargados varios más, para complementar la línea; incluyendo uno de *perros*, cuya portada es mi versión de un pastor alemán que, de hecho... ¡también se publicó en Alemania!

Por mi parte, las ganancias me permitieron completar mis estudios de xilografía en Japón y de diseño gráfico en Chile; y todo gracias a haber arriesgado salir de mi "zona de comodidad" gráfica.

¿Qué más se puede pedir?







"Lloré todo el camino al banco".
Viejo proverbio sueco.

¡Mi segundo bebé (o "guagua", como decimos en Chile)!

Han pasado meses desde que discutimos darle un "hermanito" a "Al Servicio del Cómic Internacional" con Claudio Álvarez, su valiente madre... digo, editor.

Y tal como aquel primer "manual de auto-ayuda para dibujantes", este libro surge y se alimenta desde mi experiencia individual de más de veinte años trabajando para la industria editorial.

Quien busque el "dato duro", estadístico y numérico, puede a llevarse una decepción: la verdad es que para eso ya existe una enormidad de información al respecto tanto en libros como en internet.

Pero si ha de tener un objetivo, este libro no pretende más que motivar el enfoque necesario para convertir la vocación y el oficio de ilustrar en un negocio a lo largo del tiempo.

Ahora bien, incluso yo admito que no se trata solo de dinero; pero éste sigue siendo la mejor herramienta para valorar el desafío del oficio, y obtener satisfacción por el trabajo realizado.

Independiente de cómo elijas dedicarte a la ilustración profesional, espero que la realidad de lo que buscas supere tus sueños.

Ciertamente superó los míos.

Diego Jourdan Pereira.

Santiago de Chile. Febrero de 2016.

“Cuanto más duro trabajo, más suerte tengo”. Citada hasta el aburrimiento, la frase de Thomas Jefferson cobra una singular relevancia en la actualidad, tiempos en que la revolución tecnológica da otro significado a la inmediatez y el ansia por recompensas instantáneas suele generar impaciencia y frustración entre los más jóvenes.

Diego lo sabe muy bien, habiéndose fogueado en años especialmente prolíficos para las editoriales independientes de historieta (boom con más sobrevivientes que vencedores) y donde el sueño profesional de muchos aspirantes a artistas chocó con las demandas de un medio que no espera ni perdona; un mercado con reglas claras que limita toda fantasía a la viñeta.

De ahí que su experiencia -ya compartida en su primer libro, *Al Servicio del Cómic Internacional*- resulte valiosa para quienes anhelan un sitio en ese competitivo mundo. Oportunidades que asumió con entusiasmo, pero consciente de ser uno más entre miles, aprovechando su turno a punta de iniciativa, constancia y -sobre todo- responsabilidad; los variados títulos que integran su currículum, tanto en Chile como el extranjero- constatan sobradamente los frutos de esa disciplina.

Lo anterior no es verso: Aun logrando el estatus de “autor profesional” en el panorama estadounidense, Diego ha tenido el olfato para reinventarse fuera del *comic-book*, hallando desafíos

y recompensas tanto económicas como artísticas más allá de los obligados superhéroes. Otra prueba de que, en ocasiones, cruzar la frontera puede revelar caminos hasta entonces insospechados, abriendo nuevas expectativas.

El talento y la inspiración son dones engañosos. Sin disciplina, el artista más capaz puede extraviarse frente a otros menos dotados, pero capaces de mantener el ritmo y los plazos exigidos. Quizás esa es la gran lección que rescato de este libro, un trabajo oportuno avalado por años de profesionalismo.

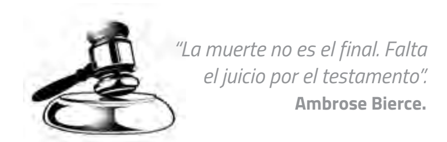
¿Qué resta entonces? Añadir a la tenacidad una cuota de astucia, sirviéndose de esta brújula que les guíe hacia una aventura tan fascinante como peligrosa. A tomar el lápiz, trazar las coordenadas y zarpar. Los resultados podrían sorprendente.

Gonzalo Oyanedel R.





GONZALO OYANEDEL. *(Viña del Mar, 1975)* estudió periodismo en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Como guionista de historietas es creador de *El Viudo*, personaje para el que escribió los volúmenes Fin del Luto (2012), La Cueca del Manco (2014) - *ganador del Premio FIC a la Mejor Historieta de ese año* – y Las Coplas del Diablo (2016), junto a las novelas gráficas *Ejército de Dios* (2014) y *Nuke: La Ciudad Salvaje* (2016). También es autor del libro investigativo *¡Máscaras!: El Héroe Épico en los Universos Narrativos* (2016).



"La muerte no es el final. Falta el juicio por el testamento".
Ambrose Bierce.

A Claudio Álvarez y Gabriel Aiquel, sin cuya colaboración este libro no sería lo que es.

A quienes colaboraron desinteresadamente con citas y prólogos. Son mis héroes.

A mis "lectores beta", como llamamos en el rubro a esos abnegados... conejillos de indias, sobre los que se inflige la tortura de leer los primeros borradores de un manuscrito, hasta que sangran por los ojos.

A Chile, "copia feliz del edén"; y a Uruguay, "edén feliz del canibalismo".

A los "Auténticos Decadentes" por la mejor canción jamás compuesta sobre un adolescente rebelde y pelotudo.



"Cuando tengo un poco de dinero lo gasto en libros. Si sobra algo, compro comida y ropa".
Erasmo de Rotterdam.

Paint by Number. **William L. Bird, Jr.** Princeton Architectural Press. EE.UU., 2001.

The War of Art. **Steven Pressfield.** Black Irish Ent. EE.UU., 2002.

Inside the Business of Illustration. **Steven Heller & Marshall Arisman.** Allworth Press. EE.UU., 2004.

The Power of Art. **Simon Schama.** The Bodley Head. Reino Unido, 2009.

Of Human Freedom. **Epictetus.** Penguin Books. EE.UU., 2010.

Turning Pro. **Steven Pressfield.** Black Irish Ent. EE.UU., 2012.

The Business Book Bible. **Derek B. Lewis.** Derek Lewis Ink. EE.UU., 2015.

Ego is the Enemy. **Ryan Holiday.** Portfolio/Penguin. EE.UU., 2016.

¡Mascaras! El Héroe Épico en los Universos Narrativos. **Gonzalo Oyanedel.** Dogitia Productora. Chile, 2016.

